الإعلام

وتنمية المجتمع المحلي



الدكتور

ناجي الشهاوي



الإعــــلام

و

تنمية المجتمع المحلي

الدكتور

ناجي الشهاوي

دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع

001.5
ا . ن
الشهاوي ، ناجي .
الإعلام وتنمية المجتمع المحلي / د ناجي الشهاوي .- ط 1.- دسوق: د ار العلم والإيمان للنشر والتوزيع .
204 ص ؛ 17.5 × 24.5سم .
تدمك : 1 - 469– 308 – 977 – 978
1. الأعلام . أ - العنوان .

رقم الإيداع : 19269
الناشر : دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع
دسوق - شارع الشركات- ميدان المحطة
هاتـف : 0020472550341 - **فاكس:** 0020472560281
E-mail: elelm_aleman@yahoo.com
elelm_aleman@hotmail.com

2015

فهرس الموضوعات

الفصل الأول

مقدمة :

منذ ظهور وسائل الإعلام وتعاظم شأنها كان هناك دائما سؤال يلح على أذهان الباحثين ألا وهو، كيف يمكن تسخير هذه الوسائل لصالح المجتمع؟ وحين ظهرت وسائل الإعلام الإقليمية اكتسب ذلك التساؤل أهمية وثراء، فلقد اتضح أن وسائل الإعلام الإقليمية تستطيع القيام بأدوار ومهام قد لا تستطيع وسائل الإعلام العامة القيام بها، كما اتضح أن وسائل الإعلام الإقليمية هي الأقدر، والأقدر دائما على فهم طبيعة مجتمعاتها الإقليمية وخصوصيتها واحتياجاتها.

وشهدت وسائل الإعلام ثورة لم تكن معروفه ولا معهوده على مستوى صعيد الخطاب الإعلامي، ولا على صعيد النظام التقني، وهذه الثورة الإعلامية التي يعيشها العالم اليوم هي جزء من الثورة الصناعية الهائلة[1]

وأصبحت ظاهرة الإقليمية في الإعلام من الظواهر المميزة لهذا العصر "عصر العولمة" تلك العولمة التي تعد حقيقة قائمة وواقعا لابد من التعامل معه والتواجد فيه بقوة... وهنا تبدو أهمية الإعلام الإقليمي باعتباره صمام الأمان والذي يتم من خلاله الاهتمام بالحفاظ على الشخصية والهوية القومية والوطنية وتأكيد وتعميق القيم والتقاليد وخلق ما يعرف بالحس "الإنمائي" وإذا كان الإعلام بصفة عامة هو سبيل الناس إلى التواصل فيما بينهم، بوسائله يأخذون ويعطون، وعن طريقه يعرفون ويعرف الآخرون عنهم[2] فإن الإعلام الإقليمي بصفة خاصة يعد

---

(1) احمد بدر: الاتصال بالجماهير بين الإعلام والدعاية والتنمية (الكويت: وكالة المطبوعات، 1999) ص 2

(2) محمد الوفائي: قنوات التليفزيون الإقليمية في مصر هل تحق لا مركزية الاتصال، المؤتمر السنوي الثامن للبحوث السياسية حول السياسة والنظام المحلى في مصر، (القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 1994) ، ص5.

مرآة لبيئة المواطن في المجتمعات المحلية تعكس له صورة هو جزء منها فهو يعمل على أن يكون الفرد فقط ليس مستفيدا من الخدمات ولكن مساهما بشكل فعال في الحفاظ على سلامة مفردات هذا المحيط الحيوي الذي يعيش بداخله، كما أنه يعتبر قوه حضارية تساعد في بناء المجتمع عن طريق الشرح والتفسير وتبسيط المعلومات ونقل الثقافة والمعرفة بطريقة مفهومة وشيقة لمساعدة الناس على القيام بأدوارهم الجديدة[1] مع قدرته على التعبير عن احتياجاتهم واتجاهاتهم.

ومن هذا المنطلق كان الاهتمام بالإعلام الإقليمي وبأهميته ودوره التنموي وسواء أكانت التنمية تشغل أولى أولويات النظام السياسي القائم أم كانت شعارا يخلو من مضمون، فإنها تظل هي الإطار الأوسع الذي تعمل أو ينبغي أن تعمل في إطاره وسائل الإعلام القائمة ومع التسليم بأن الإعلام الإقليمي لا يمكن أن يمارس دوره دون سياسة تحدد أهدافه، وأهم منطلقاته وتوجهاته، كان هناك بعض القضايا التي أكدت عليها سياسات الإعلام الإقليمي التي لا تنفصل عن سياسات الإعلام المصري بصفة عامة ومع التسليم أيضا بأن هذه السياسة يمكن أن تصبح دون قيمة إذا ما كشفت أوضاع وسائل الإعلام الإقليمي عن انفصال السياسات والممارسات فإنه تبرز بعض القضايا التي تطرحها تجربة الإعلام الإقليمي بصفة عامة وأن هذه الأهمية التي يحظى بها الإعلام الإقليمي وهذه السياسات التي يُفترض أنها توجهه وترشده، إلى وسائل الإعلام الإقليمية القائمة وما تطرحه من قضايا، هي محوراً هذا الفصل.

---

(1) سعد لبيب : الأمن الثقافى فى مجال العمل الإذاعى، مجلة الدراسات إعلامية، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد 49 أكتوبر1989) ، ص9.

أولا: أهمية الإعلام الإقليمي في مصر:-

الإعلام الإقليمي هو إذا أساس الإعلام التنموي الذي يقوم على التواصل المباشر بين المجتمع المحلى ومسئوليه، يقوم بحوار بناءً وصريح بين مختلف المؤسسات المحلية والسكان المحليين(1)

وأشار بيتر لوليس "*Peter M. Lewis*" إلى أنه من خصائص وسائل الإعلام الإقليمية، أنها تغطى مناطق تعتبر صغيرة بالمقارنة بمناطق وسائل الإعلام الجماهيرية، وأنها تتضمن تفاعلاً بين المراسلين والمتلقيين، وعادة ما تكون مستقلة فى بعض النواحي، كالإحساس بأنها ليست جزءا من الاتحاد أو المؤسسة القومية كما أنها تتضمن تقسيما للمهام الاتصالية بين المتخصصين وغير المتخصصين إضافة إلى كونها ربما تتضمن درجات مختلفة من الاقتراب *access* والمشاركة والإدارة الذاتية(2)

ورغم أن بعض هذه الخصائص لا تنطبق على وسائل الإعلام الإقليمية في مصر وخاصة ما يتعلق بالإدارة الذاتية وتقسيم المهام بين المتخصصين وغير المتخصصين إلا أنه لا يمكن الاستعانة بذلك الإطار للوقوف على خصائص الإعلام الإقليمي، إذ من الممكن القول أن هناك ثلاث جوانب يتضح من خلالها تميزه يتمثل أولها في طبيعة الوسيلة ذاتها: فوسائل الإعلام الإقليمية عادة ما تخدم مناطق أقل في المساحة مما تخدمها الوسائل المركزية أو القومية واسعة الانتشار

---

(1) محمد قيراط: الإعلام والمجتمع (الرهانات والتحديات)، (الجزائر : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع 2006) ، ص 303 .

(2) *Peter M. Lewis, : Media for people in cities: A study of community Media in the Urban context, UNESCO, Paris,1988,P:8..*

ومن ثم لا تحتاج الوسيلة إلى الانتشار إلا بالقدر الذي يتيح تغطية الجمهور المستهدف.

ويتمثل الجانب الثاني في طبيعة الجمهور: الذي يتحدد في هذه الرقعة التي تحوى عدة مجتمعات محلية، بما ينطوي عليه ذلك الجمهور من نسق ثقافي وحضاري، واهتمامات ومشكلات مشتركة، ترتبط بخصوصية تلك المجتمعات المحلية، فضلا عن كونه جمهورا مشاركا ومتفاعلا مع وسيلة الإعلام الإقليمية.
أما الجانب الثالث فهو طبيعة الرسالة التي تحملها هذه الوسيلة، التي من المفترض أن تنطلق من خصوصية هذه المجتمعات مرسومة بطابعها وحاملة لأهداف نوعية تخدم هذه المجتمعات.

ومن هذا المنطلق يمكن تحديد أهمية الإعلام الإقليمي وتميزه عن الإعلام القومي أو المركزي، فقد أشارت اليونسكو إلى أن وسائل الإعلام المركزية قد تهمل المجتمعات المحلية أو قد تسند إليها مهام وأهداف لا تلائمها، وأن وسائل الإعلام الإقليمية تستطيع أن تعالج الخلل الإعلامي داخل الدولة والناتج عن مركز الإعلام في العاصمة، كما تستطيع أن تصور نمطا اتصاليا جيداً يقوم على نطاق أفقي يمكن الجماهير من المشاركة (1) ويمكن إرجاع ذلك إلى أن وسائل الإعلام القومية أو المركزية تركز على العموميات دون الخصوصيات فالصحافة القومية تخاطب جماهير بامتداد الوطن، وتصدر الصحف القومية أو المركزية من العاصمة أو إحدى المدن الكبرى، وتوزع على نطاق واسع داخل الدولة كلها، أو دوليا على مستوى العالم- وهى بذلك تهتم اهتماما كبيرا بالموضوعات ذات الطابع القومي والوطني

(1) إبراهيم عبد الله المسلمى:الإعلام الإقليمي دراسة نظرية وميدانية، مرجع سابق ، ص 33

والعالمي- غير أن الصحافة الإقليمية تهتم بالموضوعات والأخبار والقضايا المحلية اهتماما كبيرا يجعل القارئ في المجتمع المحلى يرتبط بها ويشعر بالانتماء نحوها(□) .

وكذلك فإن الإذاعة المركزية التي لها قوة البث الذي يغطى الوطن كله ويعبر حدود الدولة- تخاطب أبناء الوطن جميعا، وتهتم في برامجها بالكليات دون التفصيلات لمخاطبتها جماهير مختلفة الوظائف والثقافات والتقاليد، فتكون الاهتمامات المشتركة لكل هؤلاء هاديا لكل ما تقدمه من برامج، حتى ولو خاطبت طوائف ونوعيات معينة من الجماهير يكون ذلك عن طريق التعميم دون التخصيص(□) .

ولذلك فحين تركز وسائل الإعلام القومية على ما هو عام، فإن الإعلام الإقليمي يتميز بقدرته على التخصيص وبقرب رسائله من واقع الجماهير ومشكلاتها في المجتمعات المحلية، وهذا لا ينفى أن وسائل الإعلام القومية أو المركزية لا تولى الأقاليم والمجتمعات المحلية أية أهمية، ففي أحيان كثيرة تحاول هذه الوسائل تناول أوضاع هذه الأقاليم ومشكلاتها، وإن كان التناول عادة ما يكون سطحيا ودون تعمق كاف. إن وسائل الإعلام المركزية "*General Mass Media*" مجبرة على مراعاة هذه المشكلات لأنها شديدة الإلحاح وتفرض نفسها من حين إلى آخر، كما أن وسائل الإعلام تعالج المشكلات الحضرية على نحو منتظم في بعض المراكز عن طريق تخصيص أوقات ومساحات لها في البرامج اليومية أو الأسبوعية ولكن نظرا للاهتمامات المتنوعة لوسائل الإعلام المركزية فإن المشكلات الريفية

---

(1) عبد المجيد شكرى:الإعلام المحلى فى ضوء متغيرات العصر، مرجع سابق) ، ص88.
(2) عبد المجيد شكرى: مرجع سابق ص ص 9، 10.

أو الحضرية دائما ما تشغل حيزا صغيرا لا يتناسب مع أهميتها، والفرصة هنا أعظم في حالة وسائل الإعلام الإقليمية،حقيقة أن هذه الوسائل الإعلامية يجب أن تهتم بالمجتمعات الحضرية والريفية في الإقليم ولكن لأسباب عملية واضحة فإن وسائل الإعلام الإقليمية مهتمة أساسا بالمدن الرأسية حيث تقع.

إن لوسيلة الاتصال في العاصمة أو في إقليم معين وظيفة مزدوجة، فهي وسيلة إقليمية تخدم الإقليم بكل مجتمعاته المحلية المتنوعة، وهى وسيلة محلية من أجل المدينة التي أنشأتها وإنها تشعر بواجب أساسي نحو خدمة مجتمعها المحلى.

ونجاح الخطط التنموية هو رهين مشاركة القوى الحية المنتجة، ولن تتم هذه المشاركة بصفة شاملة وايجابية ، ما لم يقم الإعلام بتوعيتهم وتربيتهم وتثقيفهم، بسياسا ت إعلامية وطنية تحدد الأولويات وتضبط الوسائل المتعددة قصد بلوغ الأهداف.(1)

ومن هنا فأن وسائل الإعلام المركزية قد لا تفي بمتطلبات المشاركة الاتصالية التي تستلزمها عملية التنمية، فتنوع المجتمعات المحلية يصعب من مهمة وسائل الإعلام العامة أو غير الإقليمية، بما قد يحدث من عدم التوازن في اهتمام هذه الوسائل بالمجتمعات المحلية داخل الدولة، كما أن تقديم المضمون الاتصالي الخاص بمجتمع محلى معين يمكن ألا يروق لمجتمعات محلية أخرى فتنصرف جماهير هذه المجتمعات عن الرسالة، وإذا ما حاولت وسائل الإعلام غير الإقليمية إظهار نوع من الاهتمام المتوازن بكافة المجتمعات المحلية داخل الدولة فإن هذا الاهتمام لن يخرج عن كونه تسطيحاً للأمور ويتمثل الوضع الأمثل في تخصيص

---

(1) المنصف الشنوفى وآخرون: دراسات إعلامية، (الكويت: دار السلاسل، 2002)، ص374

وسائل الاتصال خاصة بالمجتمعات المحلية تعمل جنبا إلى جنب مع وسائل الاتصال الخاصة بالدولة ككل.

أما عن العلاقة بين الطرفين في هذه الحالة فإن وسائل الإعلام الكبرى تقوم بتدعيم الإمكانيات الذاتية لهذه الوسائل وتطويرها، ودعم دورها الإعلامي والثقافي وتشجيع عناصر الإثراء الثقافي المحلى (□)

فالإعلام الإقليمي بصفه خاصة مرآه لبيئة المواطن في المجتمعات المحلية تعكس له صورة هو جزء منها، فهو يعمل على أن يكون الفرد ليس فقط مستفيدا من الخدمات ، ولكن مساهما بشكل فعال في المحافظة على سلامة مفردات المجتمع، هذا المحيط الحيوي الذي يعيش بداخلة، كما انه يعد قوه حضارية تساعد في بناء المجتمع عن طريق الشرح والتفسير والتبسيط للمعلومات،ونقل الثقافة والمعرفة بطريقة مفهومه وشيقة لمساعدة الناس على القيام بأدوارهم الجديدة (□) مع قدرته على التعبير عن احتياجاتهم واتجاهاتهم.

ومن هنا تستطيع وسائل الإعلام الإقليمي إذن أن تلعب دورا مهما في المجتمع المصري ويبدأ ذلك الدور من فهم طبيعة المجتمع الذي تتوجه إليه برسائلها، وفهم مشكلاته وآماله وطموحاته.

إن المجتمعات المحلية التي تخدمها وسيلة إعلام إقليمية قد تنطوي على مشكلات ذات خصوصية خاصة بهذه المجتمعات ، وهى مشكلات يمكن ألا تتشابه

---

(1) بركات عبد العزيز: تخطيط الاتصال لتنمية المجتمعات المحلية فى الوطن العربى، (جامعة القاهرة مجلة بحوث الاتصال، العدد الثانى عشر ، كلية الإعلام، 1999)، ص: 25.

(2) محمود عبد العاطى : دور إذاعة جنوب سيناء فى تنمية المجتمع المحلى ، (جامعة الأزهر: مجلة البحوث الإعلامية ، ، العدد رقم (13) ،2000) ص 57.

مع المشكلات القومية ، ويعتقد الباحث أن تميز وسائل الإعلام الإقليمية يتمثل في قدرتها على فهم هذه المشكلات ، وإعطائها الأولوية ومحور الاهتمام0

إن وسائل الإعلام الإقليمية بقرب رسائلها من واقع الجمهور وبسرعة رجع الصدى، وسهولة تقييم مردود هذه الرسائل، واستجابة الجمهور لها يمكن أن تشكل عاملا أساسياً في النهوض بهذه المجتمعات.

ثانيا: سياسات الإعلام الإقليمي:

تُعرف سياسات الإعلام الإقليمي بأنها "مجموعة المبادئ والقواعد والأسس والخطوط العريضة والتوجيهات والأساليب، التي توضع لتوجيه نظم الاتصال، وهى عادة بعيدة المدى، وتتناول الأمور الأساسية، وتنبع من الأيديولوجيات السياسية والظروف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع والقيم الشائعة فيه [1] أي أنها مجموعة مبادئ وقواعد وضعت لترشيد الأنظمة الإعلامية في أدائها وهى تنطلق من تحليل الممارسات القائمة والتعرف عليها وصياغة مبادئ وقواعد جيدة ملائمة لبلوغ أهداف مرغوب فيها، وقد تكون عامة جدا على شكل مبادئ وأهداف مرغوب فيها أو تكون تحديداً وإلزاماً [2]

كما يمكن أن تصاغ هذه السياسات على عدة مستويات ، فقد تدمج في دستور أو شرائع بلد ما، أو في السياسات الوطنية العامة، أو في المبادئ والآداب المهنية، أو تدمج في صلب عمل بعض الأنظمة الإعلامية، ومن الممكن أن تتفاوت أبعاد هذه السياسة فتكون عالمية أو قومية أو إقليمية أو محلية[3]

---

(1) ليلى عبد المجيد: سياسات الاتصال فى العالم الثالث، (القاهرة: الطليعى العربى للنشر والتوزيع 1986) ص3.

(2) نبيل رجائى: تحديات الثورة الإعلامية عالميا وعربيا، (القاهرة: مجلة الإنماء للعلوم الإنسانية، العدد العاشر، السنة الأولى، 1989)، ص ص: 190، 191.

(3) المرجع السابق ص ص: 191 ، 192

ولقد حدد وزير الإعلام الأسبق سياسات الإعلام بقوله أن إستراتيجية الإعلام المصري **تقوم على ما يلي**:(1)

- تحقيق السيادة الإعلامية على الأرض المصرية، وتحقيق العدالة الاجتماعية بحق كل مواطن أيا كان مكانة أو موقعه في أجهزة الإعلام حقه في أن يعلم، وحقه في أن يتعلم ويتثقف، وحقه في أن يروح عن نفسه.
- الأخذ بنظام إعلامي يقوم على فصل القنوات التليفزيونية، والأخذ بنظام الشبكات الإذاعية والتوسع في الإذاعات الإقليمية.
- خلق التكامل بين الكلمة المقروءة والمسموعة والمرئية بما يحقق المناخ الإعلامي المناسب الواجب توفيره للمجتمع لكي يستطيع أن يحقق التنمية على أرضه.
- القدرة على مواكبة العصر، وتوفير متطلباته الإعلامية في ضوء المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

وإضافة إلى هذه القضايا السابقة تؤكد الوثائق الرسمية على أن الإعلام المصري هو إعلام يرتبط بالمواطنين وقضاياهم ومشكلاتهم، ويمكن تبين ذلك من خلال بعض المنطلقات **التي تؤكد عليها هذه الوثائق على النحو التالي**:

"تحرص السياسة الإعلامية العامة على أن يكون الإعلام الإذاعي المسموع والمرئي إعلاما ملتحما بالشارع الاجتماعي، معايشاً قضاياه ومشكلاته،إعلاما متجاذباً مع رغبات الجماهير ومحققا حاجاتها في الإعلام وفى اتجاهين،إعلاماً تنموياً يعرض مشكلاتنا الاقتصادية ووسائل التغلب عليها، إعلاماً جماهيرياً

---

(1) صفوت الشريف: إستراتيجية الإعلام المصرى وسياسته، (القاهرة: مجلة النيل ، العدد 49، السنة الثانية عشر ،الهيئة العامة للاستعلامات، 1992)، ص : 80

تشارك فيه الجماهير بالفكر والرأي في إطار الديمقراطية، إعلاما أميناً موضوعيا يعرض الأفكار والآراء كافة تأصيلا للممارسة الديمقراطية ومراجعة جميع المواد والبرامج قبل عرضها على شاشة التليفزيون الإقليمي والتحقق من مطابقتها للسياسة العامة والأسس والمتفق عليها في ميثاق الشرف الإعلامي (1) كما تركز الإستراتيجية الإعلامية على محاور وأركان تتمثل في السيادة الإعلامية التي تتحقق بنشر المظلة الإعلامية المرئية والمسموعة في وضوح وقوة فوق كل الأراضي المصرية كما تتمثل في حق المواطن في الإعلام والتثقيف والترفية، والأمن الإعلامي بتحصينه ضد التيارات الإعلامية الوافدة غير المتفقة مع الأخلاقيات المصرية، وأخيراً حرية الإعلام بمعنى أن يكون حرا مستقلا لا يهدف إلا صالح الوطن والمواطنين(2)

ولقد استعد الإعلام المصري لمواجهة الواقع الإعلامي الجديد- المتمثل في عصر ثورة الاتصال الأقمار الصناعية- وذلك بإعداد المجتمع المصري من خلال رؤية إعلامية مبكرة بدأت منذ بداية الثمانينات، وتحرص على أنه كلما ازدادت العالمية في الإعلام ازدادت الحاجة إلى ربط المواطن بأجهزة إعلامه الوطنية وما تقدمه من عطاء متنوع ليظل مرتبطا بجذوره وتاريخه وهويته الوطنية الثقافية، ثم ينفتح على العالم من حوله دون أن نخشى على وعيه أو بنائه الذاتي، ولذلك حرص الإعلام المصري في هذا الصدد على تنويع الخدمة الإعلامية من خلال شبكة إذاعات وقنوات تليفزيونية متعددة ومتخصصة في الوقت نفسه، بحيث تتكامل في رسالتها الإعلامية مع بعضها البعض، وبحيث توفر للمواطنين أكبر فرصة للاختيار بين هذه

---

(1) عاطف عدلى العبد : الإذاعة والتليفزيون فى مصر – الماضى والحاضر والآفاق المستقبلية (القاهرة: دار الفكر العربى2002) ص ص 225-265 .

(2) اتحاد الإذاعة والتليفزيون: الكتاب السنوى ، (القاهرة : الاتحاد، 1989)، ص ص: 58، 59.

الشبكات والقنوات بما يناسب احتياجاتهم واهتماماتهم وأذواقهم، كما حرص الإعلام المصري أيضا على الاهتمام بنشر الإعلام الإقليمي التنموي في محافظات مصر لدعم التنمية في هذه المحافظات وتوفير رابطة جديدة بين المواطنين وأجهزة الإعلام الوطني (1) وكذلك فإن الصحافة الإقليمية كأي إعلام إقليمي- **ينبغي أن تقوم فكرياً على مجموعة من الأسس تتمثل في**:

- معالجة قضايا البيئة التي تختلف باختلاف الأقاليم.
- معالجة القضايا القومية من وجهه النظر الإقليمية والتي قد يختلف مفهومها الخاص من بيئة لأخرى.
- معالجة خطط التنمية من زواياها الإقليمية.
- إبراز الصورة الإقليمية التي يرى فيها أبناء كل إقليم أنفسهم واحتياجاتهم التي تتطلب التعبير عنها تعبيرا محليا.
- اتخاذ الأسلوب المناسب ثقافيا للبيئة التي تصدر فيها الصحيفة الإقليمية، وهذه الأسس الخمس تُظهر مدى الحاجة إلى وجود صحافة متنوعة ومتخصصة تختلف في أساليبها عن صحافة القاهرة مع التفكير في نوع من الاكتفاء الذاتي في إعداد الصحيفة الإقليمية كتصنيع الورق محليا على قدر واحتياجات الصحيفة.

أما التليفزيون الإقليمي فهو الوسيلة المثلى لتقديم خدمة إعلامية متطورة تأخذ بيد المواطنين نحو غد أفضل من خلال مشاركة جماهيرية إيجابية، تؤدى

(1) عاطف عدلي العبد : الإذاعة والتليفزيون في مصر، مرجع سابق ص 282

دورها المنشود في التنمية وحل مشكلات المجتمع [1] وأن تواكب ما يطرأ على الحياة العامة من تطورات ملتزما بالأسلوب العلمي والمسئولية الاجتماعية في تناوله للقضايا والأحداث والظواهر والمشكلات على الساحة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والعلمية والثقافية والتعليمية والترفيهية، والتي يرى وجوب تناولها ومعالجتها لتأثيرها على حياة المجتمع [2]

إن الإعلام الإقليمي إعلام تنمية بالدرجة الأولى، ويعتمد أساسا على خدمة البيئة أو الإقليم الموجود فيه فالقنوات الإقليمية في المقام الأول قنوات خدمية ومن هنا كان الاهتمام بنشرها لتغطى كافة أرجاء الوطن لتحقيق الأهداف الخدمية، وإبراز مقومات التنمية في المجتمع المحلى، ودعم الاقتصاد الوطني [3]

ومما سبق يمكن أن تتحدد سياسات الإعلام الإقليمي في مجموعة من الأبعاد تحدد كل أهدافه ودوره في المجتمع فمن الناحية القانونية يعد الإعلام الإقليمي مدعما للحق في الاتصال أساسي من الحقوق الإنسانية، ومن ثم يهدف الإعلام الإقليمي إلى تأكيد حق المواطن في أن يعلم ويعلم عنه وفى أن يتعلم ويتثقف. ومن الناحية السياسية تؤكد سياسات الإعلام الإقليمي على تحقيق مشاركة الجماهير في صنع القرار والربط بين القيادة والجماهير بحيث لا يقتصر الإعلام على مجرد رسائل في اتجاه واحد بل يتحول إلى عملية تبادل ومشاركة ومن الناحية الاجتماعية هناك تأكيد على أن يعبر الإعلام الإقليمي عن الواقع

---

(1) طارق سيد أحمد حسن: دور الإعلام الإقليمي في تناول مشكلات المجتمع المحلى مرجع سابق ص154.
(2) المرجع السابق ص154.
(3) طارق سيد احمد حسن : دور الإعلام الإقليمي في تناول مشكلات المجتمع المحلى ، دراسة حالة للقناة الخامسة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعه الإسكندرية : كلية الآداب قسم الاجتماع شعبة الإعلام والاتصال، 1996) ص 153

الاجتماعي، وأن يلبى الحاجات والمتطلبات العديدة لجمهوره أما الناحية الثقافية فالإعلام الإقليمى كما تعكسه سياسات الإعلام يهدف إلى حماية الهوية الثقافية ودعمها والارتباط بخصوصية ذاتية مجتمعيه بان يعمل على تشجيع وإثراء ثقافة مجتمعاته المحلية وأخيرا يأتي البعد التنموي وهو حصيلة للأبعاد السابقة حيث يهدف الإعلام التنموي الإقليمي إلى الارتقاء بأوضاع المجتمع كمياً ونوعياً.

ويمكن أن يستخلص من كل ذلك مجموعة قضايا تؤكد عليها سياسات الإعلام الإقليمي منها:

- أن المجتمع المصري مجتمع نام يواجه الكثير من المشكلات، وأن هدف النظام السياسي هو تشجيع المواطنين ومبادرتهم الفردية الجماعية للإسهام في حل مشكلاتهم والنهوض بأوضاعهم. ولما كان الإعلام المصري يضع في اعتباره ظروف المجتمع وأولوياته فأنه يحاول تناول هذه المشكلات.
- تقتضى فلسفة نظام الحكم المحلى إضافة إلى التطورات في مجال الإعلام وظهور أقمار الاتصال والبث المباشر، ضرورة وجود إعلام إقليمي ولذلك حرص الإعلام المصري على إنشاء عدد من الإذاعات الإقليمية والتليفزيون الإقليمي للتعبير عن واقع البيئات المحلية، وذلك كإضافة للدور الذي تقوم به الصحافة الإقليمية ووسائل الإعلام المركزية الأخرى.

وفى ذلك تمثل قنوات التليفزيون الإقليمية استجابة لعصر ثورة الإعلام والاتصال وأداة مواجهة للبث التليفزيوني المباشر، بحيث يجد المشاهد في قنواته الوطنية الإقليمية ما يلبى احتياجاته فلا يندفع تجاه القنوات الوافدة، أو على

الأقل يتحقق نوع من الموازنة فلا يطغى الإعلام الوافد على الإعلام الوطني أو القومي. إن الدوافع لوجود نظام إعلامي (إقليمي) لا مركزي وتطويره كما ترسمه سياسات الإعلام هو دافع تنموي في المقام الأول، فالصحافة الإقليمية تهدف إلى الارتقاء بالوضع في المجتمعات المحلية التي تخدمها والقنوات الإذاعية والتليفزيونية الإقليمية هي قنوات خدمية أساسا تتميز بقدرتها على إيجاد نوع من المشاركة من جانب الجمهور وتشجيع التنمية المحلية. وبعد فإنه مع التسليم بان سياسات الإعلام ليست أهدافاً في حد ذاتها وأن هذه السياسات تصبح خالية من المضمون أو تتحول إلى شعارات إذا ما جاءت ممارسة وسائل الإعلام منفصلة ومنعزلة تماما عنها، يصبح من الضروري الوقوف على أوضاع الإعلام الإقليمي في مصر للتحقق من مدى صدق هذه السياسات أو زيفها.

ثالثا : سمات الإعلام الإقليمي:-

تعكس تجريه الإعلام الإقليمي **في مصر بعض السمات العامة نوجزها فيما يلي:-**

أولا : - خدمة البيئة على المستوى الإقليمي[1]

1. الارتباط الوثيق والمباشر بالحياة اليومية لمواطني المجتمع المحلى .
2. المساهمة الفعالة والايجابية في معالجة مشاكل وقضايا المجتمع المحلى .
3. العمل من أجل تطوير سلوكيات المواطن المحلى .
4. إعلام المواطن في المجتمع المحلى بما يدور حوله على المستوى المحلى و الإقليمي و الدولي.
5. مواكبة اهتمامات أبناء المجتمع المحلى وخلق روح مشتركة بينهم .

---

(1) منى مجدى فرج : دور القنوات الإقليمية والقيادات المحلية فى ترتيب أولويات القضايا المحلية لدى الجمهور، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، 2007) ص 148

6. تقديم خدمات خاصة بأبناء المجتمع المحلى إلى جانب الخدمات المحلية العامة مثل المرور.

7. خدمات مقومات التنمية المحلية وضرورياته ا بما يخدم أهداف التنمية على المستوى الوطني في جميع جوانبه ومجالاته

ثانيا : - تحقيق نوع من المشاركة الجماهيرية في البرامج المحلية :

وذلك في أطار عرض القضايا المحلية ومناقشتها ومحاولة إيجاد حلول لها من خلال إتاحة الفرصة الكاملة لكل مواطن في المجتمع المحلى للتعبير عن رأيه وأيضا مناقشة المسئولين والقيادات المحلية في كافة الأمور والقضايا والمشكلات الخاصة بمجتمعهم.

ثالثا : - القائمون بالإعلام الإقليمي من أبناء الإقليم :

يتطلب الإعلام الإقليمي أن يكون القائمون بأداء رسالته من أبناء المجتمع المحلى المستهدف ممن يمثلون كوادر إعلامية نابعة من البيئة التي يعلمون فيها مدركين للقيم والعادات والتقليد السائدة ومتلاحمين معها ولديهم الرغبة بالنهوض بمجتمعهم المحلى بحكم الانتماء إليه .

رابعاً : - المرونة والحركة السريعة :

يتسم الإعلام المحلى بالقدرة على التحرك السريع لمتابعة الأحداث المحلية فور وقوعها وفى موقعها، إذ بحكم الصغر النسبي للإقليم الذي يخدمه فإن الوصول إلى موقع الأحداث متاح له أكثر من الإعلام الوطني (*) .

(*) مثال: التغطية التى قامت بها القناة السادسة فى محافظة دمياط لتغطية أحداث تلوث البيئة من مصنع أجريكول 2008

- إضراب المحامين بمحافظة الغربية بسبب الخلاف بين أحد أعضاء نقابة المحاميين وأحد أعضاء نقابة القضاه ، مشكلة عمال مصنع طنطا للكتان والزيوت

خامسا :- الإنتاج المحلى يصاغ بلهجة محلية :

ينفرد الإنتاج الإعلامي المسموع والمرئي بأنه يصاغ باللهجة المحلية للإقليم الذي يخدمه مما يقرب المفاهيم والتركيبات اللغوية المحلية ويشعر المتلقي أن من يحدثه فرد من أفراد أهلة وكلما اقترب الأعلام من سمات المتلقي نجح في دفعة لأن يتقمص دورة ويتجاوب معه ويقتنع بوجهة نظرة ويتبنى ما يدعوه إلية(*) .

سادسا : - الإعلام الإقليمي مشروع استثماري له عائد اقتصادي :

يعد الإعلام الإقليمي في أحد جوانبه مشروعاً استثمارياً وذلك من حيث العائد الذي يحققه والمرتبط بدورة وما يقوم به من بناء الإنسان في المجتمع وما يقدمه في مجال التدريب والتعليم و تنمية المهارات المختلفة النابعة من واقع البيئة وأيضاً ما يقوم به من دور في معالجة وحل المشاكل المتعلقة بقضايا التنمية المحلية

ويتمثل البعد الاقتصادي أيضاً بجدواه من خلال مساهمة الإعلام المحلى في تحقيق معدلات عالية في مجال التنمية المحلية فدورة يرتبط بالعمل على زيادة الإنتاج في المجتمع المحلى ومواجهة معوقات التنمية في المجتمع المحلى ومعالجة سلبيات السلوك السائدة التي تؤثر إلى حد كبير في مسار عملية التنمية المحلية (□)

مقتضيات النجاح في الرسالة الإعلامية الإقليمية :

1. التركيز على الجانب الإنساني :

إن المادة الإعلامية هي برامج موجهة إلى الإنسان في المقام الأول و الأخير لذلك يتعين على العاملين في الإعلام الإقليمي أن يركزوا في برامجهم على الإنسان في

(*) برنامج ميعجبنيش (توظيف الدراما لمعالجة القضايا الاجتماعية بإقليم الدلتا بالقناة السادسة)

(1)*Http://www.alsafahat.net/index.php?option=com_content&task=view&id=5644 &Itemd=26 In: (20-3-2005)*

المجتمع الذي يعملون فيه حتى يجد المتلقي نفسه بين النماذج التي يقدمها الإذاعي وأن ما يقدم يمس الجانب الإنساني فيه حتى وهو يسعى إلى تعديل بعض هذه الجوانب.

2. مراعاة أسلوب التخاطب مع الجماهير :

لأسلوب التخاطب أهمية خاصة في المادة الإعلامية فيجب أن يكون هذا الأسلوب بلغة الجماهير المستقبلة للمادة الإعلامية لأن ذلك ضمان للتأثير عليهم ونجاح الأسلوب المناسب يوفر للإعلامي عوامل التحامه بالجماهير ويدعوهم إلى الإحساس أنه قريب منهم يتكلم لغتهم ويستعمل نفس ألفاظهم ودلالات الكلمات بينهم متطابقة ، ومن ثم تزداد فرص التأثير والإقناع وترتفع مصداقية المصدر.

3. مناسبة الرسالة الإعلامية للجماهير المستهدفة :

على الإعلامي أن يقدم رسالته الإعلامية بما يناسب الجماهير المستهدفة من حيث طريقة التفكير والقدرات والآمال والطموحات ، بحيث يشعر المتلقي بالتوحد والمشاركة في الأهداف .

4. تأكيد المكاسب أو الفوائد التي تعود على الجماهير :

المادة الإعلامية الناجحة هي التي تبرز الفوائد والمكاسب التي ستعود على المواطن من وراء ممارسته للأساليب والسلوكيات التي يتضمنها البرنامج الإعلامي عن خطط التنمية .

5. مواجهة الحقيقة :

يجب أن تكون المادة الإعلامية واقعية وتتضمن الحقائق دون حجب بعض منها حتى لو كانت قاسية والأجدر بالإعلامي أن يوضح الأسباب ومسؤولية

من أحدثوها دون تغليب جانب الاتهامات دون دليل حتى تقدر الجماهير الموقف وعلية أن يوضح الإجراءات التي ستتخذ لضمان عدم تكرار هذه الأحداث .

مقتضيات نجاح الإعلام الإقليمي في أدائه لدوره :

أولاً : توفير البنية الاتصالية المتكاملة للخدمات الإعلامية الإقليمية وفقا لأحدث وسائل وأساليب تكنولوجيا العصر في الاتصال والمعلومات،إذ أن هذه البنية هي الوسيط الفني الذي يتم من خلاله توصيل الرسالة الإعلامية إلي المستهدفين منها ، وبقدر تكامل وجودة وحداثة هذا الوسيط بقدر ما يمكن من أداء الرسالة الإعلامية بالفاعلية والنجاح المستهدف.

ثانياً: توفير الكوادر الإعلامية المؤهلة لأداء رسالة الإعلام الإقليمي وهي التي تمثل البنية البشرية للإعلام الإذاعي الإقليمي،إذ أن هذه الكوادر يقع علي عاتقها أداء رسالة الإعلام الإقليمي ، وبقدر تفهمها لطبيعة هذه الرسالة وأهدافها وسمات المجتمع المحلي المستهدف من هذه الرسالة بقدر نجاحها في تحقيق أهداف التنمية المنشودة.

ويتطلب الأمر ما يلي :

- أن تكون هذه الكوادر الإعلامية من أبناء المجتمع المصري باعتبارهم الأقدر علي معرفة طبيعة هذا المجتمع وقضاياه ومشكلاته ومخاطبة أقرانهم وإخوانهم من أبناء مجتمعهم المحلي.
- أن تكون هذه الكوادر الإعلامية كوادر مدربة ومؤهلة تأهيلاً لأداء رسالة الإعلام هو ما يقتضي تدريب هذه الكوادر تدريباً إعلامياً متكاملاً ووفقاً لأحدث الأساليب.

ثالثا : توفير الدعم المادي اللازم والملائم للخدمات الإعلامية الإقليمية بما من شأنه تدعيمها بكافة المقومات اللازمة لأداء دورها في خدمة التنمية المحلية. (1)

رابعاً : إعطاء الأولوية للشارع المحلي في برامج ومواد القنوات الإقليمية بما من شأنه تحقيق تواجد دائم للميكروفون والكاميرا في كافة المواقع في المجتمعات المحلية والمواكبة الفورية لكل حدث محلي وكل مشروع تنموي أو إنجاز في خدمة تنمية المجتمع المحلي وإقامة حوار متواصل مع المواطن المحلي استلهاماً لرؤيته ونبضه تجاه قضايا ومشكلات مجتمعه وحثاً وتحفيزاً علي المبادرة والمشاركة في تنمية مجتمعه والأخذ بمفاهيم العصر والتطور في إطار القيم والتقاليد الأصيلة الايجابية للمجتمع المحلي والمجتمع المصري بصفة عامة.

خامساً : تحقيق التوازن بين المحلية والقومية في رسالة الإعلام الإقليمي بما يحقق التواصل والتفاعل بين أبناء المجتمعات المحلية و القضايا القومية والوطنية وبحيث تكون الأولوية في الحرص علي تدعيم الانتماء الوطني والمحلي مع الحرص علي تفادي عنصر تكرار البرامج والأفكار(2).

سادساً: إقامة حوار متواصل وتعاون فعال مع سلطات الإدارة المحلية والمجالس الشعبية المحلية والجمعيات الأهلية المحلية وفروع الأحزاب في المجتمعات المحلية وكافة الجماعات ذات الأنشطة المتنوعة.. وبحيث يكون حواراً حراً ناطقاً بمصلحة المجتمع المحلي وعرضاً للسلبيات والايجابيات في حياد

---

(1) طارق سيد أحمد:الإعلام المحلي وقضايا المجتمع.(الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2004)ص 312

(2) طارق سيد أحمد : الإعلام المحلي وقضايا المجتمع مرجع سابق ص 326

كامل، وهو ما ينعكس علي نجاح دور الإعلام الاقليمي في توحيد الجهود في خدمة تنمية المجتمعات المحلية ومعالجة قضاياها ومشكلاتها.

سابعاً :تحقيق التكامل بين الخدمات الإعلامية المسموعة والمرئية وبين الخدمات الإعلامية الأخرى المقروءة والمعنية بالاتصال المباشر سواء مراكز الإعلام الداخلي أو مراكز النيل.

ومما سبق يتضح أن الإعلام الإقليمي سمة من سمات الإعلام المتطور في العصر الحديث، حيث تلعب وسائل الإعلام الإقليمية دورا رئيسيا في تنمية المجتمعات المحلية، وبالتالي في تحقيق خطة التنمية الشاملة للدولة، ومن هذا المنطلق حرص الإعلام المصري على أن يضع ضمن إستراتيجية إنشاء أكبر عدد من وسائل الإعلام الإقليمية،لتقوم بدورها الأساسي في التعبير عن واقع البيئات المحلية المختلفة وشرح قضاياهم وطرح آمالها وتحقيق الترابط بين الأجهزة التنفيذية والشعبية وبين الجماهير بهدف دعم الجهود والمبادرات الذاتية لحل مشاكل البيئة كما تهدف إلى تزويد جمهور المحليات بما يحقق لها إطارا ثقافيا يخدم ويعبر عن واقع المجتمع المحلى، وظروفه وإلقاء الضوء على الإمكانات المحلية وتشجيع الصناعات البيئية والصناعات الصغيرة التي يمكن أن تقوم في المجتمع المحلى إضافة إلى الكشف عن المواهب والكفاءات المحلية في شتى المجالات .

رابعاً: وسائل الإعلام الإقليمية:-

أ- الصحافة الإقليمية:

شكلت أوضاع الصحافة الإقليمية ومشكلاتها محوراً لعديد من المؤتمرات والندوات إضافة إلى الدراسات التي أجريت حولها، ومن بين الدراسات التي فصلت

أوضاعها دراسة لأحد الباحثين [1] تناول فيها التحديد النظري لمفهومها وتعريفها ومقارنة وظائفها في مصر بوظائفها في بعض دول العالم كما قام بالتأصيل التاريخي لنشأتها وتطورها في مصر منذ ظهور أول صحيفة إقليمية وحتى منتصف عام 1980 وكذلك تحليل مضمون بعض الصحف الإقليمية لمعرفة دورها في تنمية مجتمعاتها المحلية ذلك أن الصحافة الإقليمية تتمتع بمميزات تتمثل في تعاملها مع واقع الناس في بيئاتهم المحلية، ومع اهتماماتهم الحقيقية، وما يريدون الحصول عليه من معلومات وأفكار وما يريدون مناقشته من قضايا [2] ولذلك "تعد الصحافة الإقليمية مرآة المجتمع المحلى، تعبر عن مشكلاته ومطالبه، واحتياجاته ولها رسالة في تنميته وتطويره لتحقيق أهداف المجتمع العليا، وبناء الوعي الوطني لدى المجتمعات المحلية، وتطوير الثقافة الوطنية وتنمية ودعم القيم الايجابية وإبراز التراث الثقافي المحلى، كما أنها تمثل حلقة اتصال بين المواطنين والجهازين الشعبي والتنفيذي [3] بل وتستطيع الصحافة الإقليمية أن تثير مزيدا من القضايا الملحة حول المشاكل الجماهيرية وردود المسئولين عليها، وإيضاح الاعتمادات المالية المحددة لها، ومواعيد تنفيذها، وإبراز القادة الذين يشعرون بمشاكل المواطنين وبتعاونها مع المجالس الشعبية المحلية تستطيع أيضا كشف كافة صور الفساد والانحرافات داخل أجهزة الحكم المحلى التنفيذية، أو التي تثار

---

(1) إبراهيم الدسوقى عبد الله المسلمى: والصحافة الإقليمية ودورها فى تنمية المجتمعات المحلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، ، 1981) ص78.

(2) إبراهيم عبد الله المسلمى : مرجع سابق ، ص121.

(3) سلامة أبو زيد : الصحافة الحزبية الإقليمية، دراسة حالة على جريدة صوت الشرقية، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر الصحافة الإقليمية، (القاهرة :المجلس الأعلى للصحافة، 4- 6 ديسمبر 1989)، ص: 8

داخل هذه المجالس تحقيقا للصالح العام، وتأكيدا للديمقراطية السليمة [1] إن الصحافة الإقليمية إذا توافرت لها عناصر الصدق تستطيع أن تفوق الصحف القومية والحزبية في الارتباط بالبيئة وبقيمها ومفاهيمها الثقافية المحلية، ومن ثم يمكن خلال فترات قصيرة خلق نوع من المشاركة بين الأفراد [2]

ولقد حدد سعد لبيب الخطوط العريضة للدور الذي تقوم به الصحيفة الإقليمية،فهو يرى ضرورة أن تكون هذه الصحيفة كيانا مستقلا نابعا من المجتمع المحلى، يتشكل بمبادرة تكويناته المحلية، وهدفه خدمة المجتمع المحلى،ولا يدخل الربح من أهدافه، وأن تقوم بالإعلام عن الأنشطة التي تجرى في المجتمع المحلى والمشكلات التي تؤثر في أفراده، وتتيح الفرصة لأعضاء المجتمع لإبداء آرائهم ومقترحاتهم فيما يرونه من حلول للمشكلات وإلقاء الضوء على الشخصيات القيادية والنشطة في المجتمع المحلى. إضافة لذلك فهي تعمل على دعم التضامن والترابط بين أفراده وتشجيع مشاركة أفراد المجتمع المحلى في المشروعات الثقافية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها من الأنشطة التنموية، كما أنها تقوم بدور الوسيط بين السلطات المركزية والمحلية وبين المواطنين لحل مشاكلهم وتعمل على تشجيع كل أشكال الإبداع الأدبي والفني في المجتمع المحلى [3]

في حين عرفت مصر الصحافة الإقليمية منذ نهاية القرن التاسع عشر حيث كانت هذه الصحف تصدر بدون إذن أو تراخيص من السلطات المختصة

---

(1) إبراهيم عبد الله المسلمى: الصحافة الإقليمية، نشأتها وتطورها 1986- 1988، (القاهرة،: مطبعة بسم الله، 1988) ص: 57.

(2) صلاح قبضايا: أثر الصحافة المطبوعة فى تنمية المجتمعات المحلية، الدراسات الإعلامية، العدد 27: السنة الثامنة،(القاهرة : المركز العربى للدراسات الإعلامية، ، 1982) ص: 82

(3) سعد لبيب : دور الصحافة المحلية فى دعم هوية المجتمع المحلى، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الصحافة الإقليمية، مرجع سابق ص ص 15 ،16

وصدرت أول صحيفة إقليمية في مصر وهى مجلة "النزهة" التي أصدرها جورجي خياط وخليل إبراهيم ويوسف تادرس بمدينة أسيوط في 15 فبراير 1886 (1) فإن النظر إلى أوضاع الصحافة الإقليمية في الوقت الراهن يبين أنها تعانى في العديد من المشكلات التي لا تقتصر على مجرد الإصدار أو الانتظام في الصدور بل تمتد لتشمل مضمونها وتوزيعها وتمويلها وتبعيتها، وهذه المشكلات لا تشير إلى أوضاع الصحافة الإقليمية فقط بقدر ما تشير إلى أوضاع الصحافة المصرية بصفة عامة وعلاقتها بالسلطة وموقف الحكومة منها.

ويذهب صلاح الدين حافظ إلى القول: أنه رغم الإمكانيات المادية والطباعية والتحريرية الهائلة المتوفرة، فإن مصر لا تعرف صحافة إقليمية أو محلية قوية وحقيقية، لأن عقلية الاحتكار وسياسة المركزية والارتباط المطلق بقبضة الحكومة قد حولت الصحافة في مصر إلى صحافة قاهرية فحسب، فهي قاهرية بمكان الصدور وبأولوية الاهتمامات وبمعالجة المشاكل، ويعتبر ذلك يمثل خنقا حقيقيا لكل جهود توسيع دائرة المشاركة والحوار فضلا عن مجرد العلم بالحقائق والإلمام بالمعلومات (2)

ويدعم ذلك الرأي أن الصحافة الإقليمية تعانى العديد من المشكلات تتلخص في التمويل والمعاناة في الطباعة والحصول على الورق وكذلك معاناة في الحصول على الإعانات وفى التوزيع (3) ويضاف إلى ذلك المشكلات المتعلقة

---

(1) إبراهيم عبد الله المسلمى: دراسات فى الصحافة الإقليمية، ط 1، (القاهرة: المطابع التجارية، 1989) ص: 43

(2) صلاح الدين حافظ: أحزان حرية الصحافة: (القاهرة : مركز الأهرام للترجمة والنشر، ط 1، ، 1993،) ص270.

(3) حافظ محمود: تطور الصحافة الإقليمية المصرية،(القاهرة: ورقة مقدمة إلى مؤتمر الصحافة الإقليمية 4- 6 ديسمبر المجلس الأعلى للصحافة، 1989)، ص ص: 6، 7.

بالملكية والتبعية التنظيمية، وكونها صناعة تحتاج إلى تمويل ضخم، وعنصر الكوادر القادرة على التأثير على العقلية المحلية، وشبكة التوزيع وقضية مضمون الرسالة الإعلامية المطلوب توصيلها للمتلقي المحلى وأخيرا الإعلان في هذه الصحف[1]

فمن ناحية التمويل أو ما يتعلق بالنواحي الاقتصادية توصلت العديد من البحوث والندوات إلى أن هذه الصحف تعانى من ضعف إمكاناتها المالية بشكل عام، وعدم كفاية الدعم الذي تتلقاه في أغلب الأحيان من الجهات التي تصدرها لتغطية تكلفة عمليات الإصدار، خاصة وأن غالبيتها لا تمتلك مطابع خاصة بها وتلجأ إلى مطابع المؤسسات الصحفية القومية ، ومؤسسات النشر الكبرى بالقاهرة، وأيضا هناك ضعف في أجهزة الإعلام بها، مما يؤثر سلبا على كم هذه الإعلانات وقلة إيراداتها مع عزوف نسبة كبيرة من المعلنين عن نشر إعلاناتهم بها كما أن هناك ضعف في أجهزة التوزيع، إلى جانب نوعية المحتوى والسياسات التحريرية ونمط الملكية الذي يسم بعض هذه الصحف في كثير من الأحيان بالطابع الرسمي وسيطرة الجهات التنفيذية عليها، وقلة عائد التوزيع وارتفاع أسعار الورق وأجهزة وأدوات الطباعة والضرائب وتراكم الديون وكل ذلك يؤدى إلى عدم الانتظام في الصدور[2]

ومن ناحية الوضع المهني للصحف الإقليمية فإن معظم المحررين العاملين من الهواة الذين يعملون بهذه الصحف، إلى جانب مهنتهم الأصلية، وهذا يعنى أن المواد الصحفية فيها من صنع غير المهنيين، ويقل من يحمل منهم شهادة جامعية

---

(1) أحمد مصيلحى: المشاكل المختلفة فى الصحافة الإقليمية ،(القاهرة: ورقة مقدمة إلى مؤتمر الصحافة الإقليمية 4- 6 ديسمبر المجلس الأعلى للصحافة، 1989) ، ص: 3.

(2) ليلى عبد المجيد: واقع الصحافة المحلية فى مصر، (القاهرة: كلية الإعلام، بحوث الاتصال، العدد الثالث، 1999) ص: 39.

ويندر من يحمل شهادة جامعية متخصصة في الصحافة والإعلام ،أما القائمون على رئاسة التحرير فإن غالبيتهم من الصحفيين العاملين أصلا بالصحف القومية مما يفترض معه أن تفرعهم للإشراف على هذه الصحف التي يرأسون تحريرها غير كامل، فإقامتهم الدائمة بالقاهرة بعيدا عن المحافظات التي يرأسون تحرير الصحف التي تصدر عنها يفقدهم الكثير من إمكانيات التعرف على واقع هذه المحافظات وهمومها الحقيقية[1]

أما ما يتعلق بمضمون الصحف الإقليمية فهناك العديد من الملاحظات في عدم مراعاة الدقة فيما ينشر بها أحيانا، وتكرار نشر الموضوعات نفسها في أعداد مختلفة من الصحيفة، وعدم تميز المادة الإعلانية عن المادة التحريرية، بل وأحيانا يتم نشر أخبار مجهلة، أو تتعارض مع الآداب العامة ولا تحترم حق الخصوصية أو تشكل مساساً بأحكام القانون، كما يلاحظ استخدام أسلوب الإثارة والتركيز على الحالات الاجتماعية السائدة وتدعيم الفكر الخرافي، وهذه الملاحظات في مجملها تشكل خروجا عن آداب المهنة[2]

ومن ناحية أخرى تفتقد هذه الصحف شخصيتها الإخراجية المتميزة وتتشابه في شكلها ومظهرها مع الصحف القومية مما يفقدها خصوصيتها وتميزها وبخاصة مع اعتمادها الكامل وشبة الكامل على أرشيف هذه الصحف في الحصول على صورها وغيرها من العناصر التيبوغرافية مما يزيد من احتياجات التشابه الشكلي[3] وحتى إذا تمت الطباعة في مطابع الأقاليم فلا تعدو أن تكون حروفا

---

(1) ليلى عبد المجيد: مرجع سابق، ص: 43.
(2) طارق سيد احمد حسن: دور الإعلام الإقليمى فى تناول مشكلات المجتمع المحلى، مرجع سابق ، ص 160
(3) خليل صابات: المرجع السابق، ص: 182.

مرصوصة دون أدنى فكرة عن الإخراج الصحفي، فالورق غير ملائم للطباعة غالبا والماكينات ألطباعيه قديمة، ومع ارتفاع أثمان أحبار الطباعة وأجور العمال تنخفض النسخ المطبوعة وتزداد التكاليف والخسائر.

ب- الإذاعات الإقليمية:

الإذاعات الإقليمية هي إذاعة خاصة موجهه إلى جماعة مرتبطين بها يشعرون أنها ملك لهم ،نابعة من ذاتهم ، تتكلم بلغتهم وكل ما تقدمه هو لخدمتهم وخدمة بيئتهم ، عاداتهم وتقاليدهم وثرواتهم هو المادة الخام التي تستخدمها هذه الإذاعة ،ويحملها المضامين الجيدة التي تسعى إلى تحقيقها والتبشير بها[1].

فالمشاركة الايجابية لجمهور المستمعين في شئون إقليمهم عن طريق محطة إقليمية خاصة بهم ، تفهم عاداتهم وتقاليدهم وتدرس مشكلاتهم، أمر حيوي وضروري للمجموعات السكانية المعزولة، التي تسعى الدولة إلى تغيرها في إطار خطط التنمية.

ولهذا واصلت الإذاعة المصرية أداء رسالتها الوطنية والقومية والتنويرية الشاملة عبر شبكاتها التسع وكان التركيز علي تحقيق عنصري الجودة والتميز في كل ما تقدمه الإذاعة لمستمعيها.. **ومن أهم ملامح الإنجازات الرئيسية هذا العام**:

- تلبية احتياجات المستمعين إعلاميا ودينيا وثقافيا وترفيهيا والمساهمة في تقديم ما يحتاجونه من خدمات.
- إلقاء الضوء علي عطاء مصر الحضاري علي مر التاريخ والاهتمام بالرموز المصرية في شتي مجالات الفكر والثقافة والفنون والآداب.

---

(1) يوسف أحمد خضر : الإعلام الإقليمى وأثره على الرأى العام المحلى ، مرجع سابق ص 82

- دعم جهود الدولة في تعزيز الديمقراطية.. وحقوق الإنسان.
- تعظيم المشاركة الشعبية وخاصة السياسية.. وحشد جميع الطاقات لتحقيق أهداف المجتمع المصري في التنمية المتواصلة والمستدامة.
- دعم الخطط والبرامج القومية لتحديث مصر. والاستمرار في متابعة المشروعات القومية الكبرى.
- التوسع في استخدام خدمة الرسائل القصيرة (SMS) في بعض الشبكات لدعم التفاعل بين المستمعين والإذاعة المصرية.
- الاستمرار في تقديم خدمة باللغة الانجليزية لغير الناطقين باللغة العربية من مستمعي إذاعة القرآن الكريم في أنحاء العالم الإسلامي.
- ضم الشبكات الإذاعية علي الهواء في تغطية الأحداث والمناسبات المهمة.
- الاستمرار في دعم رسالة" راديو المصريين" طوال العام.
- تحقيق توسعات كبيرة كمية ونوعية في مجال الإعلانات ونظام الرعاة في إنتاج المسلسلات الدرامية وتنشيط الإعلانات في جميع الشبكات الإذاعية علي المستوي العام(□).

و تعود بداية إنشاء الإذاعات الإقليمية في مصر إلى عام 1954 حيث صدر القرار الوزاري رقم (71) بإنشاء أول إذاعة إقليمية في مصر وجاء في هذا القرار أن الهدف من إنشائها هو توسيع قاعدة الحكم المحلى الديمقراطي والنهوض بالأقاليم وبث روح النمو والازدهار في كل شبر من أرض مصر (□) ومع ذلك فإن إنشاء

---

(1) اتحاد الإذاعة والتليفزيون:الكتاب السنوى، (القاهرة ، الاتحاد ، 2009) ص: 52
(2) ماجى الحلوانى، وعاطف العبد: الأنظمة الإذاعية فى الدول العربية، (القاهرة، : دار الفكر العربى، 1987)، ص: 404.

الحكومة المصرية لأول محطة إذاعية إقليمية بالإسكندرية كان بهدف تقوية الحكم المحلى وتشجيع النمو، والتنمية والارتقاء بمستويات المعيشة في الإقليم، وكان البث اليومي لمدة ساعة بالعربية ونصف ساعة بكل من اليونانية والايطالية والفرنسية ومنذ عام 1955 أخذت المحطة تبث باللغة العربية فقط (1)

ولقد كان الهدف من إنشاء إذاعة الإسكندرية أيضا هي أن تكون النواة الأولى لفكرة إنشاء إذاعات محلية تقوم خدماتها على أسس لا مركزية اتساقا مع مبدأ الإدارة المحلية، وبما يحقق النهوض بالبيئات المحلية (2) غير أنه لم يتم إنشاء أيه إذاعات إقليمية أخرى إلى أن جاء عام 1981 حيث تبنت مصر نظاما يتكون من سبع شبكات إذاعية، واحدة منها تتألف من "الإذاعات المحلية" وهذه الإذاعات مسئولة عن بث برامج معينة بالقضايا الاجتماعية وثيقة الصلة بالمجتمع المحلى وتشجيع مفهوم الحكم المحلى، واستكشاف الموارد البشرية داخل المجتمع المحلى وتشجيع تنميته وتطويره .

إن ما تؤكد عليه البيانات الرسمية أن الدافع لإنشاء أول إذاعة إقليمية كان دافعا تنمويا وسياسيا في الوقت نفسه فقد نظر إلى إذاعة الإسكندرية من حيث قدرتها على تحقيق حاجات مجتمعها المحلى ومتطلباته، وتنميته اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً،ومن ناحية أخرى اعتبر أن إنشاءها تدعيم للامركزية،وتوسيع قاعدة الحكم المحلى ورغم أنه لم يتم إنشاء أية إذاعات إقليمية لفترة تمتد نحو سبعة وعشرين عاما- هي الفترة الواقعة بين إذاعة الإسكندرية ثم الشروع ثانية

---

(1) *Community Communication ,the role Community Media in Development. Report on mass Communication No .90, UNESCO , France 1998 P 32*

(2) فوزية فهيم: الإذاعات الإقليمية ضرورة عصرية، الدراسات الإعلامية، العدد 24، السنة السادسة المركز العربى للدراسات الإعلامية، القاهرة، 1980، ص: 102.

في إنشاء إذاعات إقليمية أخرى- فإن إنشاء هذه الإذاعات جاء منطلقا من نفس الأهداف والدوافع، ودائما ما يشار إلى أن "الإذاعات الإقليمية هي في المقام الأول إذاعات خدمية، ومن هنا كان الاهتمام بنشر هذه الإذاعات لتغطى كافة أرجاء الوطن، تحقيقاً للأهداف الخدمية وإبرازاً لمقومات التنمية في المجتمعات المحلية ودعما للاقتصاد الوطني (□)

ومما يذكر أنه عندما بدأت تجربة الإذاعات الإقليمية في مصر ثار جدل كبير حول كيفية إدارتها وتمويلها خاصة وأن سلطات الحكم المحلى في المحافظات طالبت بأن تكون هذه الإذاعات تحت إشرافها ووصايتها في حين قاوم رجال الإعلام ذلك الاتجاه وعارضوه من منطلق أن أحد أهم أهداف الإذاعات الإقليمية ووظائفها هو نقد أداء أجهزة الحكم المحلى وتقويمه، ومتابعة منجزاته ولذلك ينبغي أن تظل بعيدة عن إشراف أجهزة الحكم المحلى، والتنظيمات الشعبية والسياسية في المحافظات (□)

ومن ثم كانت هناك رغبة في أن تتمتع الإذاعة الإقليمية بنوع من الاستغناء يتيح لها حرية النقد ويبعدها عن هيمنه السلطة، وتنظيماتها السياسية كما كانت هناك ضغوط لإخضاعها لوصاية الحكم المحلى وتحكمه.

وعند بداية الأخذ بنظام الشبكات الإذاعية، خاصة بعد "ندوة الإذاعات المحلية والتنمية الشاملة بالقاهرة" أصبح هناك تسع شبكات إذاعية هي: (□)

---

(1) اتحاد الإذاعة والتليفزيون: (القاهرة: الكتاب السنوى 1998) ، ص: 63.
(2) سامى الشريف:الإذاعة المحلية،الفكرة والتطبيق،(القاهرة الفكر العربى للطبع والنشر، 1998)، ص ص 39- 40.
(3) اتحاد الإذاعة والتليفزيون: الكتاب السنوى 2009،مرجع سابق، ص: 52

وبلغ إجمالي ساعات بث الشبكات الإذاعية التسع خلال هذا العام 176907 ساعة و18دقيقة بمتوسط يومي 483 ساعة و21دقيقة.

جدول رقم (1)
ساعات بث الشبكات الإذاعية

الشبكات	ساعات البث		النسبة ٪	المتوسط اليومي	
	ق	س		ق	س
شبكة البرنامج العام	ـ	8784	4.97	ـ	24
شبكة الشرق الأوسط	ـ	8784	4.97	ـ	24
شبكة الشباب والرياضة	ـ	8784	4.97	ـ	24
شبكة القرآن الكريم	ـ	8784	4.97	ـ	24
شبكة صوت العرب	30	15008	8.48	ـ	41
الشبكة الثقافية	ـ	19763	11.17	ـ	54
شبكة الإذاعات الإقليمية	26	64452	36.43	6	176
شبكة الإذاعات المتخصصة	52	21959	12.41	ـ	60
شبكة الإذاعات الأجنبية الموجهة	30	20587	11.36	15	56
إجمالي البث المسموع	18	176907	٪100	21	483

واستنادا إلى ذلك فإن الإذاعات الإقليمية والمحلية القائمة اليوم تخضع تماما لتوجيه مركزي من الإذاعة الأم في القاهرة وفيما يتعلق بوضع خريطة البرامج أو رسم سياسة الإذاعة، لا توجد علاقة بين تلك الإذاعات وأجهزة الحكم المحلى إذ يتم ذلك من خلال إدارة شبكة الإذاعات المحلية واللجنة العليا للبرامج في الإذاعة

الأم، كما أن التخطيط القائم في الإذاعات الإقليمية والذي يجعل كل إذاعة تقوم بخدمة أكثر من محافظة يحول دون وجود هذه العلاقة[1]

ج. التليفزيون الإقليمي:

وشهد التليفزيون المصري منذ منتصف الثمانينات في القرن الماضي صيغة علمية جديدة لمواكبة متطلبات العصر تمثلت في تأسيس التليفزيون الإقليمي باعتباره أحد سمات الإعلام المتطور والنموذج المستحدث لتحقيق أهداف التنمية الشاملة الواسعة في مختلف أقاليم الجمهورية[2]

بدأ التليفزيون المصري إرساله بقناة واحدة في 21 يوليو 1960 بمتوسط إرسال ثلاث ساعات يوميا، ثم افتتحت قناة ثانية في 21 يوليو 1961، ورأى المشرفون على التليفزيون أن يركز على البرامج الأجنبية بمتوسط إرسال حينئذ ثلاث عشرة ساعة يوميا موزعة على القناتين ، وفى 13 أكتوبر عام 1962 افتتحت خدمة ثالثة وأخذت ساعات الإرسال تزداد حتى تراوحت بين 25 و30 ساعة يوميا وبمجئ عام 1985 دخل التليفزيون المصري عصر اللامركزية ، وتعددت الخدمات أو القنوات التليفزيونية وذلك بافتتاح القناة الثالثة بجانب القنوات المركزية الأساسية[3]

وتتواصل انجازات التليفزيون المصري.. بقنواته الأرضية الثمانية – الرئيسية والإقليمية – في أداء رسالته التنويرية والتنموية الشاملة ، ويحتفظ

---

(1) عبد المجيد شكرى، مرجع سابق ، ص: 123.
(2) اتحاد الإذاعة والتليفزيون: الكتاب السنوي (القاهرة: ،الاتحاد 2001) ص: 114.
(3) ماجى الحلوانى، عاطف العبد: الأنظمة الإذاعية فى الدول العربية، مرجع سابق، ص: 510

بأهمية وخصوصية الدور الذي يقوم به في مواجهة المنافسة الشرسة مع القنوات الفضائية الأخرى وهو- في ذلك – يحرص علي تحقيق عنصر الجودة والتنوع في الخريطة البرمجية للقنوات الأرضية .. بما يغطي كافة المجالات التي تخدم الأهداف التنموية والتنويرية .

التليفزيون الإقليمي هو نوع من أنواع وسائل الإعلام الإقليمي يعد الرسائل التي تنتقل إلى نوعية معينة من الجماهير المحدد إطارها جغرافيا بهدف تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة من خلال عرض فني يساعد الناس على تكوين رأى صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا، عن عقلية الجماهير وميولهم واتجاهاتهم (1)

تنهض القنوات الإقليمية بدور تنموي رائد يوظف في تنمية المجتمعات المحلية ومعالجة كافة قضايا ومشكلات المجتمعات في الأقاليم التي يغطيها بث هذه القنوات، وذلك بالتعاون مع المحليات وكافة الأجهزة التنفيذية المعينة إلي جانب تبنيها لمختلف الحملات القومية والتنويرية التي تستهدف النهوض بالمجتمعات المحلية.(2) وفى الوقت الحالي يصل عدد القنوات الإقليمية إلى ست قنوات إقليمية وهى كالتالي:

القناة الثالثة: افتتحت من القاهرة في أعياد أكتوبر 1985 لتخدم إقليم القاهرة الكبرى (القاهرة- الجيزة- القليوبية) فهي المرآة المعبرة عن نبض الشارع في

---

(1) فدى فؤاد عبد الفتاح سالم: الإعلام الإقليمى، والقضايا الاجتماعية للمرأة المعاصرة، دراسة تطبيقية على برامج المرأة القناة السادسة، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة طنطا، كلية الآداب، قسم اجتماع، 2002) ، ص: 59.

(2) اتحاد الإذاعة والتليفزيون: الكتاب السنوى ، مرجع سابق ، ص: 52

ذلك الإقليم من خلالها يعبرا لمواطنون عن مشاكلهم وآمالهم في غد أفضل هذا بالإضافة إلى دورها الإعلامي المتميز فيما يتصل بعرض الأخبار المحلية والمنجزات الهامة (1)

القناة الرابعة: افتتحت في 25 أكتوبر 1988، إذا انطلق إرسالها التليفزيوني من خارج القاهرة، من مدينة الإسماعيلية، لتجسد بجلاء مبدأ اللامركزية في إنتاج وتوزيع الرسالة الإعلامية، كي تغطى الأنشطة المحلية والبيئية بمدن القناة الثلاث(بورسعيد، الإسماعيلية، والسويس) وتتضمن برامج خاصة لأطقم السفن العابرة، وبرامج إعلامية عن مصر، ومشروعات تطوير القناة لخدمة التجارة العالمية (2)

بلغ إجمالي ساعات بث القناة الرابعة 5964 ساعة 26 دقيقة بمتوسط يومي 16 ساعة و18 دقيقة موزعة علي المجالات البرامجية المختلفة علي النحو التالي:

جدول رقم (2)

المجالات البرامجية للقناة الرابعة

المجالات البرامجية	ساعات البث		النسبة ٪	المتوسط اليومي	
	ق	س		ق	س
المجال السياسي	55	919	15.43	31	2
المجال الديني	55	567	9.52	33	1
المجال الثقافي	25	717	13.03	58	1
المجال التعليمي	46	134	2.26	22	–

(1) فدى فؤاد عبد الفتاح سالم:الإعلام الإقليمي،والقضايا الاجتماعية للمرأة المعاصرة،مرجع سابق ص 60 0

(2) ناجى الشهاوى:الصحافة ودورها فى اتحاد القرار السياسى على مستوى المحليات،مرجع سابق،ص 18

المجالات البرامجية	ساعات البث		النسبة ٪	المتوسط اليومي	
	ق	س		ق	س
المجال الرياضي	3	372	6.24	1	1
المجال الاقتصادي	41	52	0.88	9	–
الخدمات والتنمية	50	636	10.68	44	1
المجال الصحي	48	97	1.64	16	–
المجال الاجتماعي	45	1603	26.89	23	4
مجال التراث التاريخي	7	129	2.16	21	–
المجال السياحي	41	98	1.65	16	–
مضامين ترفيهية	30	633	10.62	44	1
الإجمالي	26	5964	٪100	18	16

القناة الخامسة: بدأ البث التجريبي للقناة الخامسة في 12 ديسمبر 1990 وكان الافتتاح الرسمي لها في الثاني عشر من ديسمبر 1990 لخدمة محافظتي الإسكندرية والبحيرة، وجزء كبير من محافظة "مطروح" ورغم التباين بين المحافظات الثلاث: الإسكندرية الساحلية، والبحيرة الزراعية، ومطروح الساحلية البدوية، فإن برامج القناة لخامسة استطاعت تلبية الحاجات الإعلامية لأبنائها من خلال موضوعاتها التي تخدم كافة المواطنين [1].

القناة السادسة: قام الرئيس الأسبق بإطلاق إشارة البدء للبث التجريبي للقناة السادسة خلال الاحتفال بعيد الإعلاميين من مدينة الإنتاج الإعلامي في الثامن والعشرين من شهر مايو 1994م وتخدم خمس محافظات (الغربية-

(1) اتحاد الإذاعة والتليفزيون: مرجع سابق، ص: 116.

المنوفية- الدقهلية- كفر الشيخ- دمياط) وجميعها ذات سمات مشتركة (1) وتم إضافة محافظة الشرقية ضمن المحافظات التي تخدمها القناة السادسة من أول يوليو 2002.

وقد بدء البث التجريبي للقناة السادسة لمدة 4 ساعات يوميا في فترة مسائية تبدأ من الساعة السابعة مساءا أسوة بباقي القنوات الإقليمية زادت بعدها في شهر يوليو إلى 6 ساعات ثم 8 ساعات مع بداية أكتوبر ثم زادت مدة الإرسال إلى 14 ساعة متصلة من الساعة الثانية عشر ظهرا إلى الساعة الثانية بعد منتصف الليل مع التطور والتحديث المستمر للبرامج وزيادة البرامج الحوارية والبرامج التي تبث عبر القنوات مباشرة لخدمة محافظات الدلتا (2)

بلغ إجمالي ساعات بث القناة السادسة 5648 ساعة 48 دقيقة بمتوسط يومي 15 ساعة و26 دقيقة .. موزعة علي المجالات البرامجية المختلفة علي النحو التالي:

جدول رقم (3)
المجالات البرامجية للقناة السادسة

المجالات البرامجية	ساعات البث		النسبة ٪	المتوسط اليومي	
	ق	س		ق	س
المجال السياسي	39	290	5.14	48	-
المجال الديني	51	415	7.36	8	1
المجال الثقافي	34	877	15.54	24	2
المجال التعليمي	53	163	2.90	27	-
المجال الرياضي	46	231	4.10	38	-

(1) فدوى عبد الفتاح سالم: مرجع سابق، ص 62.
(2) ناجى الشهاوى: مرجع سابق ، 19

المجالات البرامجية	ساعات البث		النسبة ٪	المتوسط اليومي	
	ق	س		ق	س
المجال الاقتصادي	58	42	0.76	7	–
الخدمات والتنمية	47	1016	18.00	47	2
المجال الصحي	50	94	1.68	16	–
المجال الاجتماعي	35	1192	21.11	15	3
مجال التراث التاريخي	25	36	0.65	6	–
المجال السياحي	18	46	0.82	7	–
مضامين ترفيهية	12	1239	21.94	23	3
الإجمالي	48	5648	٪100	26	15

القناة السابعة: انطلق إرسال القناة السابعة الإقليمية من المنيا في يوليو 1994 لتغطى إقليم شمال الصعيد، والذي يضم محافظات (المنيا- بني سويف- الفيوم- أسيوط) وتهدف هذه القناة إلى تنمية مجتمعاتها المحلية بتقديم كافة ألوان البرامج في مقدمتها برامج التنمية المحلية وخدمة الجماهير والتعبير عن نفوذهم وتراثهم (1)

القناة الثامنة : في 31 مايو 1996 اكتفت منظومة التليفزيون الإقليمي المصري بافتتاح القناة الثامنة الإقليمية في أسوان التي يغطى إرسالها إقليم جنوب الصعيد الذي يضم محافظات (سوهاج- قنا- أسوان) وتسعى القناة إلى تلبية حاجات أبنائها إقليميا فيما يتصل بعرض قضاياهم على المستويين واستعراض مشروعات التنمية بالإقليم، كما تناولت فنونهم وموروثاتهم

---

(1) المرجع السابق: ص: 179

الاجتماعية لتقويم السلبي منها، هذا بالإضافة إلى إلقاء الضوء على أثار الإقليم وخاصة أثار مدينة الأقصر[1]

و يغطي بث القناتين الأولي والثانية كافة أرجاء مصر علي مدار الأربع والعشرين ساعة تقريباً، وتعمل القناتان علي توفير كافة احتياجات المشاهد إعلامياً وتثقيفياً وتعليمياً واجتماعياً وترويحياً.وفيما يلي توضيح لعدد ساعات البث التليفزيوني لعام 2008/2007

جدول رقم (4)
ساعات البث التليفزيوني

القنوات	تاريخ بدء الخدمة	المتوسط اليومي	
القناة الأولى	21 يوليو 1960	3	23
القناة الثانية	21 يوليو 1961	16	19
القناة الثالثة	6 أكتوبر 1985	4	18
القناة الرابعة	6 أكتوبر 1988	18	16
القناة الخامسة	12 ديسمبر 1990	13	16
القناة السادسة	29 مايو 1994	26	15
القناة السابعة	29 مايو 1994	-	16
القناة الثامنة	31 مايو 1996	13	16
الإجمالي		33	140

خامساً: الإعلام الإقليمي ودوره في تنمية المجتمعات المحلية:-

إن أهمية الإعلام الإقليمي إذن تتمثل في دوره التنموي، ذلك أن التنمية بمقصودها الشامل الذي يعنى الارتقاء بنوعية الحياة تظل هي الإطار الأوسع الذي

(1) ناجى الشهاوى الصحافة المحلية ودورها فى اتخاذ القرار السياسى على مستوى المحليات، مرجع سابق، ص: 181.

تعمل- أو ينبغي أن تعمل- في إطاره وسائل الإعلام مركزية وإقليمية، ويتوافق ذلك الدور مع التطورات التي طرأت على دراسات التنمية.

ولاشك أن وظيفة التنمية هي التطور الطبيعي لوظائف الإعلام المتعددة الأخرى، في نشر الأخبار وتفسيرها وشرحها ، والمقصود هنا بالتنمية الإقليمية *Regional Development*، سواء أكانت هي " العملية المخططة للتعبئة الشاملة أو الاستخدام الأمثل للموارد والإمكانيات المتاحة،أو التي يمكن أتاحتها، للنهوض بالمجتمعات المحلية في جميع مستوياتها ، بدءا من القرية الصغيرة "، ومن هنا أيقن المهتمون بالتنمية أنه يكمن استخدام هذه الوسائل وخاصة المتطورة منها مثل التليفزيون في دفع برامج التنمية لتحقيق أهدافها . [1]، وعلى وسائل الإعلام الإقليمية أن تظهر العقبات الاجتماعية التي تقف حائلا أمام مخططات التنمية وأهمها: الارتفاع الكبير في معدلات المواليد ، وعدم انتشار وسائل تنظيم الأسرة والتفسير الخاطئ لتعاليم الدين ، وانخفاض المستويات الصحية وانتشار الأمراض المتوطنة ، وانتشار القيم التي تدعو إلى السلبية والتواكل والجمود ، وارتفاع نسبة الأمية، وتلوث البيئة [2].

فقد أقُتبس اتصال التنمية *"Development communication"* حتى وقت قريب وبكثافة من المدخل التسويقي أو ما يعرف بالاتصالات المقنعة واستخدمت وسائل الإعلام لتشجيع مبادرات التنمية عن طريق إرسال الرسائل لا سلكيا، أو تحفيز الناس مباشرة على تأييد مشروعات التنمية ، واتخذ ذلك المدخل إشكالاً متعددة غير أن النموذج المعتاد هو أن تقوم وسائل الإعلام بإعلان الناس

---

(1) الدسوقى عبده إبراهيم:التليفزيون والتنمية، (القاهرة: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر،2004)ص210
(2) إبراهيم عبد الله المسلمى : مرجع سابق ، ص ص ، 43- 44

بأن مشروعات التنمية قد أخذت مكانها، وتركيز الضوء على الفوائد التي تستتبع ذلك، وحث الناس على أن تنتهز الفرصة (1)

لقد كان الافتراض الكامن في كل نظريات وسائل الإعلام وتطبيقاتها في التنمية مؤداه ،أن الإعلام المتاح عبر وسائل الإعلام يمكن أن يحدث اختلافات من حيث تشجيع التغيير ، وكان منظرو اتصال التنمية يفترضون عادة أن الإعلام يعتبر متغيراً مستقلاً في عمليات التنمية ، وفى الأعوام الأخيرة خضعت نظرية اتصال التنمية وافتراضاتها المبكرة لكثير من الانتقادات وإعادة الصياغة، من خلال نتائج أبحاث أجراها بعض الباحثين مثل بيلتران *'Beltran"* وجولدنج *'Golding"* وجرونج *"Grunig"* وروجرز *"Rogers* واتضح أن هناك حاجة إلى اعتبار الاتصال ليس ببساطة متغيراً مستقلاً، ولكنه متغير مستقل وتابع في نفس الوقت وذلك في إطار موقف متشابك من العمليات والعلاقات والبيانات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وبأكثر واقعية يعد الاتصال متغيراً مساعداً ومقيداً من خلال بقية النظام الاجتماعي (2)

وبذلك تقدمت دراسات التنمية، بعيداً عن أن هناك فريقاً واحداً للتنمية وأن هناك حاجة لشرح ذلك للسكان المنتظرين مهما تكن قيمهم وثقافتهم ، ففي الوقت الحالي هناك مداخل جديدة تُدرك أن التنمية تعنى إيجاد أناس شديدي الدافعية لحل مشكلاتهم الخاصة مع اقتناع شديد بأهدافهم وقدراتهم

---

(1) *Community Communication :,the role Community, Op.cit.P. 233*
(2) *Emile G.Mcany,: Communication in the rural third world: the role Information in Development, pager publishes, New York, 1990, p212.*

ومبادراتهم (□) وإن الإعلام الإقليمي هو بمثابة إعلام يشجع التنمية، والاتصال المشجع أو كما يعرف بالاتصال المدعم للتنمية *development support communication"* يعنى العلاقة بين الاتصال والتنمية، وهو محاولة لبناء عنصر اتصالي داخل كل خطة أو مشروع تنمية، سواء أكان ذلك في مرحلة التخطيط أم في مرحلة التنفيذ بهدف إدماج شبكة الاتصال الوظيفي داخل هذين المستويين "التخطيط والتنفيذ"، بحيث يتم في مرحلة مبكرة مطابقة احتياجات المخططين بفهم أعمق لمجموعات الناس المتضمنين أساسا في المشروع، وحثهم على تشجيعه.

وأساس ذلك المفهوم هو الوعي بحقيقة أنه إذا لم يكن الناس مقتنعين تماما بان لهم دوراً يلعبونه في التغلب على الصعوبات فسوف يعارضون وإذا لم يكونوا على علم ومحفزين لمرحلة التنفيذ كي يسهموا فرديا وجماعيا في حل مشكلاتهم، وإذا لم يكونوا متضمنين تماما في تخطيط برامج التنمية وتنفيذها فإن أفكارهم الجديدة والأهداف النهائية لتغير نوعية حياتهم ستبقى مفهوماً عديم الجدوى (□)

"إن وسائل الإعلام الإقليمي تؤدى دور الشريك في تنمية المجتمعات المحلية عن طريق شرح مهمة المخطط وتبسيطها وحمل رغبات الناس العاديين للمختصين بالتخطيط، ومتابعة رغبات الجماهير وردود أفعالهم وإيصالها للمسئولين وتنظيم المناقشات التي تدور وتشارك فيها الجماهير حول الخطة" (□)

وهكذا يمكن أن تستخدم وسائل الإعلام في حشد آراء الناس حول ما يمكن اعتباره

---

(1) *Gehan Ahmed Rachty,: Issues in communication, Dar Elfikr El Arabia first Education, Cairo, 1989, p.p 45, 46.*

(2) *Ibid, p.p: 49, 47*

(3) إبراهيم عبد الله المسلمى: الإعلام الإقليمى دراسة نظرية وميدانية، مرجع سابق، ص: 47.

مشكلات أساسية للتنمية في الإقليم، والتي يجب أن تعطى الأولوية من ناحية العدد المحدود من الموارد، كما يمكن أن تستخدم كأدوات يتم من خلالها تبادل وجهات النظر في المشاكل والأوليات بين الأعضاء من نفس المجتمع المحلى، وبين الأقاليم والمجتمع المحلى، ورجال السلطات المركزية ، ويمكن من خلال وسائل الإعلام إجابة الأسئلة،وإعطاء مزيد من المعلومات عند الاحتياج لذلك،فمشروعات التنمية التي تضعها إحدى القطاعات (مجموعة محلية أو مؤسسة تخطيط) يمكن أن تُناقش وتحلل من جانب الآخرين، وقد تعمل ردود الفعل هذه على تحفيز المناقشات والتحليلات الإضافية. فالعملية نفسها تعليمية تتضمن توضيح المساعدات واستكشاف البيئة وهى تؤدى إلى إكساب المعلومات، وحل المشكلات واكتساب مهارات الاتصال(1)

ويمكن لوسائل الإعلام الإقليمية أن تؤثر في عمليات التنمية المحلية من خلال ما يلي :-

- يتحمل الإعلام الإقليمي مسئولية كبرى في تنمية المجتمعات المحلية فهو إعلام ملتحم بالشارع الاجتماعي يعايش قضاياه ومشكلاته ، وهذا ما يميز الإعلام الإقليمي عن الإعلام المركزي 00 وله قدرة على عرض ومناقشة المشكلات في البيئة المحلية التي يعمل بها ومعالجتها وإيجاد الحلول لها (2)ومن هنا يسهم الإعلام الإقليمي بصفة خاصة في محو الأمية ويؤدى دورا كبيرا في تثقيف الذين يتركون التعليم الرسمي في سن مبكرة

---

(1) *Community Communication, the role of community Media in Developm-ents op. cit. p: 15*

(2) محمد عمارة : معالجة التليفزيون الإقليمى للقضايا الاجتماعية ، (القاهرة: مجلة الفن الإذاعى ، العدد الخامس عشر يناير ،2001) ، ص 59

والمتسربون من التعليم الأساسي، ويتضح ذلك لنا من خلال أن وسائل الإعلام تشكل إحدى المؤسسات التربوية المكملة لدور المدرسة،وخاصة في وظيفتي التثقيف، والتنشئة الاجتماعية00 شأنها في ذلك شأن المنزل ودور العبادة .(1)

- تسهم وسائل الإعلام الإقليمي في إعادة الترتيب القيمي والسلوكي للأفراد عن طريق المعايير الجديدة وفرض الأوضاع الاجتماعية الايجابية المرغوبة والمعاونة في إنشاء قواعد لسلوك التنمية في أذهان الناس وفى متابعه كل انحراف وكشفه والعمل على تعديل المواقف والاتجاهات الضعيفة ، كما تسهم في ذلك أيضا عن طريق تدعيم الاتجاهات الراسخة والتأثير في الاتجاهات التي لا يشتد التمسك بها وإحداث تأثيرات على المسائل الجديدة التي لم يتهيأ الوقت أو الإعلام لبناء اتجاهات محابية لها والدعوة للقيم والمثل الإنسانية الرفيعة وتكوين رأى عام مستنير(2).
- يقوم الإعلام بدور حيوي في تثقيف المواطنين وتعليمهم ،بل انه أصبح الأداء الأكثر فاعلية في التأثير على السلوك والأنماط. (3)
- إلقاء الضوء على الجهود المبذولة في سبيل تقديم الحلول لمشكلات التنمية المختلفة

(1) عبد المنعم الميلادى: الإعلام التنموى (مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ،2007)، ص125
(2) عاطف عدلى العبد: الإعلام والتنمية، (القاهرة: مكتبة فيروز، المعادى مارس2002) ص52
(3) عبد الحكيم بدران: الإعلام والتوعية العلمية (القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، 2004) ص73

- غرس الصورة الذهنية المناسبة في أذهان فئات الجماهير المختلفة بالتركيز على عمليات الاتصال التبادلي ذات الاتجاهين بهدف إعطاء المعلومات وقياس الأثر الإعلامي ثم تعديل المعلومات المعطاة وهكذا .

ومن هنا نستطيع أن نقول إن وسائل الإعلام الإقليمي تلعب دورا في التنمية المحلية ودفع عجلتها إلى الأمام نحو تحقيق الأهداف السامية من وراء تنفيذ برامجها واستكمال خططها لقدرتها على فهم طبيعة المجتمع الذي تتوجه إليه برسائلها وفهم مشكلاته وآماله وطموحاته0

إن المجتمعات المحلية التي تخدمها وسيلة إعلام إقليمية قد تنطوي على مشكلات ذات خصوصية أو ذات طبيعة خاصة بهذه المجتمعات وهى مشكلات يمكن ألا تتشابه مع المشكلات القومية، ويعتقد الباحث أن تميز وسائل الإعلام الإقليمية يتمثل في قدرتها على فهم هذه المشكلات، وإعطائها الأولوية ومحور الاهتمام إن وسائل الإعلام الإقليمية بقرب رسائلها من واقع الجمهور وبسرعة رجع الصدى، وسهولة تقييم مردود هذه الرسائل، واستجابة الجمهور لها يمكن أن تشكل عاملاً أساسياً في النهوض بهذه المجتمعات.

الفصل الثاني

دور وأهمية وخصائص التليفزيون الإقليمي
في تنمية المجتمعات المحلية

مقدمة:-

يظل الإعلام بجميع وسائله فعالا ما ظل متفاعلاً مع المجتمع فإن فقد هذا التفاعل أصبح إعلاما متلبدا أو راكدا، وحتى يكون تفاعل الإعلام مع المجتمع متجددا أو حيويا لابد أن تتجدد وظيفته الاجتماعية[1]

ولاشك أن الإعلام بوسائله المختلفة يقوم بدور رئيسي في التوعية بالتنمية وقضاياها، مع حث الجماهير على الاشتراك في أنشطتها المختلفة وتعبئة الأفراد بالإسراع بإزاحة المعوقات التي تحول دون تنفيذها على ارض الواقع سواء من خلال تعديل الاتجاهات أو محاولة تغيير وتوجيه السلوك[2]

ورغم اهتمام القائمين على وسائل الإعلام بتوظيفها لخدمة عملية التنمية بأساليب مختلفة غير أنه يجب توجيه مزيد من الاهتمام لأساليب تلك الوسائل بحيث يتوافر فيها الجمع بين المعرفة والاتصال والعوامل الاجتماعية بشكل متوازن[3] كما أن وسائل الإعلام الجماهيرية وانطلاقا من حرصها على مصالح جماهيرها فإن عليها تبصيرها بحقيقة الظروف الاجتماعية والاقتصادية التي

---

(1) محمود محمد نصر: الإعلام مواقف، ط1، (جده: مكتبة تهامة، 1413- 1992)، ص66.
(2) منى مجدى فرج: دور القنوات الإقليمية والقيادات المحلية فى ترتيب أولويات القضايا المحلية لدى الجمهور، مرجع سابق ص 156
(3) مصطفى المصمودى: النظام الإعلامى الجديد، سلسلة عالم المعرفة، (الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، أكتوبر 1985)، ص238.

تعيش في نطاقها وبطبيعة القضايا والمشكلات التي تواجهها وبحقيقة الإمكانيات المتاحة لحل هذه القضايا والمشكلات (1)

وتكتسب الدراسات الإعلامية المتعلقة بالتليفزيو ن- كوسيلة إعلامية- أهمية متزايدة نتيجة للمزايا العديدة التي يحظى بها التليفزيون كوسيلة إعلامية- بالإضافة إلى الزيادة المستمرة في معدل امتلاك أجهزة الاستقبال التليفزيوني عام بعد عام.

ويرجع اهتمام الباحث بالجانب الاجتماعي للتليفزيون من خلال دراسة القضايا التنموية التي يتناولها إلى أهمية التعرف على معالجة الوسيلة الإعلامية للقضايا التنموية، فدراسة المدخل الاجتماعي للإعلام المرئي والمقروء، يقوم على تحليل الظاهرة الإعلامية من حيث التمييز بين شكل المعرفة ومضمون المعرفة لذلك فدراسة القضايا التنموية الاجتماعية التي يعالجها التليفزيون هي عملية مزدوجة تتناول التليفزيون كوسيلة من حيث خصائص المضمون الإعلامي والقوانين التي تتحكم فيه (2) ثم معرفة علاقة تلك الأفكار والأيديولوجيات التي يبثها التليفزيون بالواقع الاجتماعي المحلى بهدف التوصل إلى مدى مشاركة التليفزيون كوسيلة إعلامية في العمل الإنمائي والثقافي التربوي في المجتمع، فالعملية الإعلامية في أي مجتمع تقاس فاعليتها من خلال تعاملها وتفاعلها مع الفرد والبناء الاجتماعي والثقافي (3)

---

(1) زكريا فوده: وسائل الإعلام الجماهيرى وتحقيق التقدم، مجلة الدراسات الإعلامية، للسكان والتنمية والتعمير ،العدد 56 (القاهرة : المركز العربى للدراسات الإعلامية ، يوليو – سبتمبر2001) ص 15

(2) نسمة أحمد البطريق: نظرية الإعلام المرئى، دراسة فى قضايا البحث الاجتماعى، (القاهرة: مكتبة مدبولى ، 1998)، ص65.

(3) نسمة أحمد البطريق: المرجع السابق ص7

وتؤدى وسائل الإعلام الجماهيرية دوراً هاماً في نطاق تناول القضايا الاجتماعية وفى كيفية تحسين أوضاع الأفراد داخل المجتمع خاصة وأنه قد تبين علميا أن هذه الأجهزة الجماهيرية كانت ولا تزال لها تأثيراتها القوية على اتجاهات كل النظم الأسرية من ناحية والجماعات المرجعية وعملية التنشئة الاجتماعية من ناحية أخرى، فوسائل الإعلام قادرة على توسيع الآفاق وتركيز الانتباه إلى موضوعات وقضايا محددة كما أنها تساهم بالإقناع وبالتغير وتبنى الأفكار المستحدثة(□)

لذلك يجب أن تكون خطة التنمية مرتبطة بالإعلام ومتفقة في المقومات الأساسية له والتكبير أو التصغير في تناول وسائل الإعلام للمشاكل القومية يعد خطرا على التنمية لأن تناول المشاكل بحجمها الحقيقي هو الطريق الوحيد لحلها بعيدا عن اليأس أو بعيدا عن التفاؤل(□)

ولم تعد التنمية هي المشكلة الأساسية لعلوم الاجتماع والاقتصاد، بل تعدت ذلك لتصبح أحد هموم وسائل الإعلام الدائمة التي تقترب منها على خجل أحيانا وبعمق أحيانا يتناسب مع حجم المشكلة وخطورتها.

إذن فالإعلام وسيلة لتحقيق غاية، فهو وسيلة الدول النامية لتحقيق تغيرها الاجتماعي وأهدافها الاقتصادية والتنموية، فالإعلام بكافة وسائله يمكن أن يقوم بدوره في التعليم، وتعليم الكبار وبخاصة تلك العمليات اللازمة للتنمية، فعن طريق أجهزة الإعلام يمكن ترسيخ قواعد السلوك والقيم التي تخدم التنمية، كما أن

---

(1) شاهيناز طلعت: وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، ط 1، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية 1980) ، ص325.

(2) محمد السيد محمد:الإعلام والتنمية، (القاهرة: دار المعارف، 1979)، ص244.

وسائل الإعلام يمكنها أن تساعد القرارات التي تساير التنمية الاجتماعية، وهذه الوسائل هي التي يمكنها أن تحيط الأفراد والمواطنين علما ومعرفة بأبعاد التنمية وخططتها ومتطلباتها، كما أن وسائل الإعلام هي التي تشجع المواقف والعادات الاجتماعية التي تخدم عملية التنمية(1)

مفهوم المجتمع المحلى:

قبل التعرض لمفهوم تنمية المجتمع المحلى سوف تتناول مفهوم المجتمع المحلى، يشير تونيز (*Tonnies*) للمجتمع المحلى على أنه نموذج الحياة المشتركة القائمة على الروابط الأولية الخاصة **وقد ميز بين المجتمع المحلى والمجتمع في ضوء معيارين أساسيين:-**

المعيار الأول: إن الأفراد في المجتمع المحلى يندمجون تماما في الجماعة كأشخاص بحيث يستطيعون إشباع رغباتهم فيها، بينما، لا يندمج الأفراد بهذه الصورة الكلية في المجتمع الكبير.

المعيار الثاني: إن المجتمع المحلى يعتمد على الرباط الشعوري أو العاطفة المشتركة بين الأفراد بينما يستمد المجتمع وحدته من الاتفاق العقلي بين المصالح (2)

ويرى آخرون أن المجتمع المحلى هو جماعة من الأفراد يعيشون في منطقة جغرافية واحدة، وقد تكون صغيرة مثل القبيلة والعشيرة والقرية والبلدة، وقد تكون

(1) عدلى رضا: دور الإذاعات وقنوات التليفزيون الإقليمية فى مصر، دراسة ميدانية، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام 1997)، ص2.

(2) السيد الحسينى: مفاهيم علم الاجتماع، (القاهرة: جامعة عين شمس، 1984)، ص 122- 123

منطقة كبيرة مثل المدينة، وأهم ما يميز المجتمع المحلى هو أن يمارس أفراده جميع علاقاتهم الاجتماعية في داخله[1]

وهناك من يرى أن المجتمع المحلى يشير إلى بناء اجتماعي معين ذي علاقات خاصة تتميز بالتشابه في التكوين ، وبالقوة في نسيج العلاقات التي يغلب عليها طابع المواجهة والصيغة الشخصية، ويتميز كذلك بسيادة التقاليد والقيم المحلية في السلوك وبدرجه عاليه من الضغط الاجتماعي، وأن المجتمع المحلى يشير بصفة عامة إلى المجتمع الريفي[2]

ومما سبق نجد أن بعض التعريفات السابقة ترى أن المجتمع المحلى هو المجتمع الريفي بينما يرى البعض أن المجتمع المحلى يمكن أن يكون مجتمعا ريفيا، ويمكن أن يكون غير ريفي حيث توجد مجتمعات ساحلية يطلق عليها مجتمعاً محلياً وهذا سوف يوضحه التعريف الآتي:

المجتمع المحلى هو جماعة يعيشون في منطقة محددة جغرافيا ويعملون سويا لتحقيق رغبات وأهداف عامة ومشتركة عن طريق تفاعلهم الاجتماعي المستمر في إطار أنظمة اجتماعية أساسية كالنظام العائلي والتعليمي والريفي والصحي والاقتصادي والسياسي وعلى هذا الأساس يمكن اعتبار كل من القرية والمدينة مجتمعات محلية[3]

---

(1) عبد الهادى الجوهرى: علم الاجتماع، (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، 1984)، ص 84.

(2) محى الدين صابر: التغير الحضارى وتنمية المجتمع، ا(لقاهرة: مركز تنمية المجتمع فى العالم العربى، سرس الليان، 1992)، ص239.

(3) إسماعيل عبد البارى : أبعاد التنمية، (القاهرة: دار المعارف، 1982)، ص89.

أما روبرت ريد فيلد (*Red field*) في مؤلفه المجتمع المحلى رأى أن المجتمع المحلى الصغير كان هو الشكل السائد للحياة الإنسانية خلال تاريخ البشرية، وقد عرف المجتمع المحلى الصغير من خلال أربعة خصائص هي:

1- التميز (*Distinctiveness*) فبداية المجتمع المحلى ونهاية حدوده واضحتان.

2- الصغر (*small ness*) .

3- التجانس (*Homogeneity*) حيث تشابه الأنشطة والحالات العقلية إلى حد بعيد لدى كل الأشخاص الذين ينتمون إلى جماعات عرقية واحدة، كما أن مستقبل جيل معين يعكس حياة الجيل السابق.

4- الاكتفاء الذاتي: وقد قام باستخدام مفاهيم عامة في دراسة كافة نماذج الجماعات والمجتمعات مثل: الايكولوجيا والبناء الاجتماعي، دوره الحياة الشخصية، القيم الثقافية والتغير الاجتماعي، ويذهب ريد فيلد إلى أننا بحاجة إلى الاعتراف بوجود مجتمعات محلية عديدة، تختلف في طبيعتها وفقا لدرجة استقلالها عن المدينة أو الدولة أو أي مركز آخر تسود فيه حياة أكثر تطورا (1)

مفهوم التنمية المحلية:

إن مفهوم التنمية المحلية متعدد الأبعاد وهذه الأبعاد مترابطة ومتداخلة مع بعضها البعض وتتمثل أبعاد التنمية المحلية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والإدارية، وهى عملية مستمرة تركز على تنمية الوحدات

---

(1) السيد الحسينى: مرجع سابق 1984، ص (125- 126)

المحلية سواء كانت بمجتمعات ريفية أو حضرية أو صحراوية وهذا ما سوف نتناوله بالتفصيل.

بدأ ظهور مفهوم التنمية المحلية على المستوى الدولي مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين وكان أول ظهور لهذا المفهوم على وجه التحديد في مؤتمر "اشردج *Ashirdge* للتنمية الاجتماعية الذي عقد في أغسطس (1954)، لمناقشة المشاكل الإدارية في المستعمرات الانجليزية. وقد عرفت تنمية المجتمع في هذا المؤتمر على أنها حركة، الغرض منها تحسين الأحوال المعيشية للمجتمع في جملته على أساس المساهمة الايجابية لهذا المجتمع، وبناءً على مبادرة المجتمع كله كلما أمكن ذلك، فإذا لم تظهر هذه المبادرة بصفة تلقائية فينبغي الاستعانة بالوسائل المنهجية لبعثها واستثارتها بطريقة تضمن استجابة فعاله لهذه الحركة (1)

هذا مع بداية ظهور مفهوم المجتمع ثم بعد ذلك حاولت الأمم المتحدة وضع تعريفيين أحدهما سنة 1955 والآخر 1965 ويشير **التعريف الأول** إلى أن تنمية المجتمع هي العملية المرسومة لتقدم المجتمع كله اجتماعيا واقتصاديا، والمعتمدة بأكبر قدر ممكن على مبادرة المجتمع المحلى واشتراكه في التنمية، **والتعريف الثاني** يرى أن التنمية المحلية هي العملية التي تستهدف الربط بين الجهود الأهلية وجهود السلطات الحكومية لتحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات المحلية، وتكامل هذه المجتمعات في حياة الأمم والشعوب وتمكينها من الإسهام الفعال في التقدم القومي. (2)

---

(1) رشيد احمد عبد الطيف: أساليب التخطيط للتنمية، (القاهرة: المكتبة الجامعية، 2002) ص 19
(2) صلاح العبد: علم الاجتماع التطبيقى وتنمية المجتمع العربى (القاهرة: دار التعارف للطبع والنشر، عام 1972)، ص 195.

هذا هو تعريف الأمم المتحدة ولكن هناك من يرى أن تنمية المجتمع يجب أن تكون شاملة ويعرفها بأنها زيادة محسوسة في الإنتاج والخدمات الشاملة والمتكاملة والمرتبطة بحركة المجتمع تأثيراً وتأثرا مستخدمة الأساليب العلمية الحديثة في التكنولوجيا والتنظيم والإدارة.

وهناك من يتصور التنمية كمثلث متساوي الإضلاع يعبر كل ضلع من أضلاعه عن أبعادها الثلاث الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويضيف بقوته أن التنمية الاقتصادية هي قطب الرحى في عملية التنمية الشاملة(□)

وقبل تناول خصائص التنمية المحلية لابد من التعرض لأهداف التنمية المحلية الذي يتمثل في مساعدة القرى والمجتمعات الهامشية على تحديد وإشباع احتياجاتها الأساسية سواء في مجال الزراعة، والمياه، والصرف الصحي، والتعليم ونشاط المجتمع والطرق والترع وغير ذلك من الأشغال العامة، أو حتى في الصناعات الصغيرة(□)، ومن أهدافها أيضا الارتقاء المستمر بمستوى معيشة المواطن الريفي المحلى، ومشاركته الفعالة في صنع وتنفيذ السياسات المحلية.

أما خصائص التنمية المحلية فهي:

1- **التنمية المحلية عملية** : هي عملية مستمرة لتحقيق المطالب المتجددة للمجتمع المحلى فالتنمية المحلية توجد في الدول المتقدمة، كما توجد في الدول النامية وتوجد في المناطق الحضرية كما توجد في المناطق الريفية.

---

(1) جورج ف جانت: إدارة التنمية، مفهومها، أهدافها، وسائلها، ترجمة منير لبيب موسى، (القاهرة: دار المعارف، عام 1989) ص 250.

(2) أحمد رشيد :الإدارة المحلية المفاهيم العملية ونماذج تطبيقية (القاهرة: دار المعارف، 1989) ص، 185.

2- **التكامل**: تتسم عملية التنمية المحلية بالتكامل بين الريف والحضر بمعنى أنه لا يمكن تحقيق التنمية الريفية، دون تحقيق التنمية الحضرية أو العكس فالتنمية الريفية ضرورية للقضاء على التخلف والمشاكل التي يعانى منها الريف، بحيث يكون الريف منطقة جذب واستقرار للريفيين والحضريين على حد سواء، كما أن التنمية الحضرية ضرورية للقضاء على مشكلات التحضر السريع والبطالة التي تعانى منها المدن في الدول النامية، كما يشمل التكامل بين الجوانب المادية والمعنوية(□)

3- **عملية إرادية مخططة ومقصودة**: التنمية المحلية عملية مخططة ومقصودة فهي لا تتم بصورة طبيعية كالنمو بل هي عملية محددة الأهداف ومخططة لتحقيق التنمية المراد تحقيقها خلال فترة زمنية محددة ولهذا فإن إدارات المؤسسات المحلية ممثلة في قيادتها لضرورة التغير في المجتمع المحلى عامل رئيسي في بلورة هذه الإدارة المجتمعية للتنمية المحلية (□)

4- **الشمول**: تتميز التنمية بالشمول فهي تشمل جميع نواحي الحياة سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية أو السياسية. (□)

---

(1) عبد الهادى الجوهرى وآخرون: دراسات فى التنمية الاجتماعية، (أسيوط: مكتبة الطليعة، 1988) ، ص 35.

(2) على طليعة الكوارى: نحو فهم أفضل للتنمية باعتبارها عملية حضارية،(القاهرة : مجلة المستقبل العربى، العدد 46، مارس 1993)، ص8.

(3) محمد عبد السميع عثمان :التنمية الاجتماعية، (القاهرة: دار الفكر العربى، 2002) ص 18

مما سبق نستخلص أن هناك عناصر أساسية تعبر وتحدد هذا المفهوم وأهمها الآتي:

1 -إن تنمية المجتمع المحلى ترتبط ارتباطا وثيقا بالتنمية القومية، أي أن التخطيط والتنفيذ لبرامج التنمية المحلية يتم في إطار خطة التنمية القومية التي تستهدف رفاهية المواطنين على المستوى المحلى والقومي.

2 -أن تنمية المجتمع المحلى تهدف إلى تحقيق الظروف والأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمع المحلى، أي أنه يشمل جميع الجوانب.

3 -أن تنمية المجتمع المحلى تتميز بالمشاركة الايجابية والمبادأة المحلية لأهالي المجتمع المحلى وتوحد الجهود الأهلية والحكومية وهذا معناه أن تنمية المجتمع المحلى لا تتحقق إلا بالمشاركة الشعبية.

4 -إن تنمية المجتمع المحلى تهدف إلى تنمية الطاقات البشرية، وذلك عن طريق تغيير أفكار الأفراد واتجاهاتهم التقليدية، وبالتالي تغيير سلوكهم حتى يستطيعوا الإسهام بطريقة ايجابية في تنمية مجتمعهم.

5 -إن تنمية المجتمع المحلى ينبغي أن تكون نابعة من أفراد المجتمع المحلى أنفسهم وأن تعبر عن احتياجاتهم وطموحاتهم من وجهة نظرهم، وليس من وجهة نظر أخرى لا تعبر عنهم.

6 -إن التنمية الاجتماعية المحلية عملية مستمرة هادفة وشاملة ومتكاملة.

إننا لا نستطيع تناول دور التليفزيون الإقليمي في التنمية دون التطرق إلى دور وسائل الإعلام عموما في التنمية لأن التليفزيون الإقليمي هو جزء من هذه الوسائل والتنمية ليست عملية تفرض على الجماهير، فليس على الجماهير أن تقوم

بدورها في خطط التنمية بقوة الضغط، بل عن اقتناع وإدراك وإحساس بمسئوليتها في التغيير، فالتغيير لا يأتي من الحكومات إلا في صورة خطة واضحة والجماهير هي صاحبه الحق في التغيير والتطور بالمشاركة الفعالة والفهم الواعي لما تتطلع إليه فيعتبر التليفزيون قوة مسيطرة تشكل المجتمع الحديث(1)

ولا شك أن الاتصال الجماهيري، بوسائله المختلفة هو الذي يمكن أن يلعب الدور الأساسي الذي لا غنى عنه في تحقيق أهداف التنمية لما يملكه من قوة وقدرة على التغير الثقافي كما أن تكنولوجيا الاتصال تعتبر قطبي الرحى بالنسبة لأي تكنولوجيا أخرى(2)

فالتنمية في جوهرها تغير في الحياة الاجتماعية وتعبئة للموارد البشرية وكل هذا يتطلب قدرا كبيرا من الاهتمام بما يعرفه الأفراد عن التنمية وما يريدونه منها.

"الدول النامية في حاجة لأن تنشر تخطيطها وأهدافها على أوسع نطاق وتعمل على خلق المشاركة الإيجابية من المواطنين لإقرار كل ما تهدف إليه من تخطيط، والإعلام هو الذي يقوم بالتبشير بالجديد، ويخلق لدى المواطنين الرغبة في قبول الأهداف الجديدة والمواقف الجديدة فالإعلام في الدول النامية هو الذي يهي ئ المناخ للتنمية ويساعد على فهم ما يقرره الخبراء.

وبصفة عامة يستطيع الإعلام إذا أحسن استخدامه في الدول النامية أن يكون المحرك الهام للرغبة في التنمية والتطور، وإذا كان الاتصال ضرورة لأي مجتمع

---

(1) امال سيد متولى: مبادئ الاتصال ونظرياته، (الدقهلية: مكتبة الجامعة ، 2002)، ص210.
(2) وليام ول ريفرز وآخرون: وسائل الإعلام والمجتمع الحديث ترجمة إبراهيم إمام (القاهرة: دار المعرفة، 1985) ص46.

نام أو غير نام، فهو أداة المجتمع للمعرفة وهو الوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتنظيم استقرار حياته الاجتماعية، ولذلك لابد أن يكون تخطيط الدول النامية لإعلامها ضمن تخطيطها للتنمية (□)

أهمية الإعلام في التنمية :-

تعتبر تنمية المجتمعات المحلية من أهم القضايا التي تهتم بها الدول المتقدمة والنامية للإسراع بعجلة التطور والنمو ،لذا ترسم السياسات الإعلامية وتضع الخطط من اجل تنمية تلك المجتمعات، سواء من خلال وسائل إعلام إقليمية أو عامه، ولكن يزيد هذا الاهتمام بدور وسائل الإعلام الإقليمية في التنمية حيث يتعاظم دورها في هذا الشأن نظرا لأنها تنبع من هذا المجتمع تؤثر فيه وتتأثر به (□) ويؤكد الباحثون على أن مهمة وسائل الإعلام أن تعجل وتيسر التغيير الاجتماعي البطيء طويل الأمد اللازم للتنمية ، وان تعجل وتيسر على الأخص مهمة تعبئة الموارد البشرية ، فوسائل الإعلام لا تؤثر على التنمية إلا من خلال تأثيرها في الإنسان الذي تقوم التنمية على كاهله.

وأول متطلبات التنمية هي تهيئة الإنسان ذاته أي تعلمه وتدريبه وتثقيفه وتهذيبه وتحسين سلوكه وبناء شخصيته بمعنى تحريره من كل التقاليد والعادات السيئة التي تعيق حركته نحو العمل والبناء والإنتاج. (□)

---

(1) شاكر إبراهيم: الإعلام ودوره في التنمية، (ليبيا: المنشاة الشعبية للنشر والتوزيع، ط1 1990) ص60.

(2) إسلام عبد العزيز : الإعلام التنموي (لقاهرة ، دار الفكر العربي ، 2006) ص 35

(3) نبيل على: الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي(الكويت: عالم المعرفة،العدد 276 ديسمبر، 2001) ص 44

فهناك دور مهم يتعين على وسائل الإعلام الجماهيرية، أن تضطلع به هو التعجيل بالتطور الاجتماعي والاقتصادي، ذلك أن مشروعات التنمية لا تستطيع أن تنجح إلا بواسطة المشاركة من جانب الشعوب الأمر الذي لا يتحقق إلا بمساعدة من جانب وسائل الإعلام وبرامج التليفزيون المناسبة.

ومعنى ذلك أن الدول النامية في حاجة إلى إعلام يواكب ويساند خططها الإنمائية ويعمل على خلق المشاركة من جانب أفرادها في عملية التنمية، فهو السبيل لنشر المعرفة بخطط الدولة، وهو الذي يؤكد الرغبة في التغير، وينمى اهتمام الناس لتغيير مجتمعهم. ففي المجتمع النامي الأمل الكبير معقود على الإعلام، وهذا يتوقف على قوة وعزيمة الناس وأمانتهم ونزاهتهم وهذه كلها أمور لا تتحقق إلا عن طريق الإعلام ذاته، فالهدف النهائي للاتصال يكمن في الحصول على استجابة معينة من المتلقي، وتؤثر العوامل النفسية للإقناع والاستمالة على عملية تنظيم محتوى الرسالة الإعلامية، وطبيعة المحتوى الذي تقدمه، حيث تتعامل هذه الزاوية مع الاتجاهات والآراء لكل من المرسل والمستقبل خلال عملية الاتصال للتأثير على الصورة الذهنية وتتغير الاتجاهات بالكيفية وتدعم قرارات الأفراد بما يتوافق مع المصالح الخاصة والعامة، وتستخدم الرسالة الإعلامية أساليب الإقناع لإحداث توافق وتكيف بين المجتمع في إطار حياة اجتماعية مشتركة أفضل(1)

ولما كانت الطاقة البشرية هي العنصر الأول في تقدم الأمم وحضارتها بما يقدمه الفرد من فكر وعمل وإنتاج، كان من الطبيعي أن يكون الإنسان هو غاية

---

(1) محمد منير حجاب : مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة، (القاهرة: دار الفجر عام 2000)، ص 250.

الرسالة الإعلامية تسعى إليه بكل إمكاناتها وقدراتها، ترسخ فيه القيم، وتدعم فيه الثقة وتخلق فيه روح الوطنية وعزتها.

ومن هذا المفهوم الحضاري لقيم الإنسان ولطبيعة الرسالة الإعلامية حددت الخطة الأهداف الإعلامية التالية:

1- التنمية السياسية

2- التنمية الاقتصادية

3- التنمية الثقافية

4- التنمية الاجتماعية وهذا الهدف يقوم على المرتكزات التالية:

- الإيمان بالوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي وصيانة كرامة الفرد وحريته وتأكيد سيادة القانون.
- إتاحة مساحات زمنية كافية لبث البرامج التعليمية التي تضع حدا للصعوبات القائمة في المجال التعليمي.
- الاهتمام بالإعلام العلمي على مستوى كافة البرامج.
- الاهتمام بمحو الأمية الأبجدية والمهنية.
- الاهتمام بخدمة فئات المجتمع المختلفة، وعمل برامج للمرأة وبرامج الطفولة والشباب بصفتها المراحل العمومية الهامة في حياة المجتمع حاضرة ومستقبله.
- دعم الكيان الأسرى وترسيخ القيم الأسرية والاجتماعية.
- إزكاء روح التعارف والمحبة بين أفراد المجتمع.

- الاهتمام بالمشكلات الاجتماعية وطرحها للمناقشة واللجوء للحلول العلمية.
- غرس القيم الرياضية في نفوس المواطنين باعتبار أن التربية الرياضية ركيزة أساسية من ركائز التربية الاجتماعية.

الإعلام التنموي ووظائفه :

قد حدد (دنيس ماكويل) المبادئ الرئيسية لنظرية الإعلام التنموي كما يلي [2]:

- وسائل الإعلام يجب أن تعمل في إطار الأهداف التنموية وسياستها
- حرية وسائل الإعلام تظل مرهونة بالأولويات الاقتصادية والحاجات التنموية.
- يجب أن تعطى وسائل الإعلام الاهتمام في محتوى اللغة والثقافة الوطنية.
- إعطاء الأولويات في التغطية الإخبارية والمعلومات للدول النامية الأخرى التي ترتبط بالدولة جغرافيا أو ثقافيا أو سياسيا.
- حرية الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام تكون مرهونة بمسئولياته م في جمع المعلومات ونشرها.

وفى هذا السياق فإن الإعلام الإقليمي يقوم بوظائف متعددة، وهى وظيفة الشرح والتفسير والإقناع وحشد وتعبئه الجماهير، وخلق وعى عام لديها بضرورة المشاركة والمساهمة الايجابية والنشيطة في مختلف مشروعات التنمية [1]

---

(1) عدنان حسين محمود : دور القنوات التليفزيونية الإقليمية في معالجة قضايا التنمية الاجتماعية في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2003) ، ص 99.

(2) محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية، (القاهرة: دار الفكر العربي، عام 1995)، ص8- 29 .

فالإعلام عامل أساسي في نشر الأفكار العصرية وإشاعة المعلومات الحديثة المتصلة.

فوسائل الإعلام الإقليمية، تؤدى دور الشريك في تنمية المجتمعات المحلية **فهي بالنسبة لمخطط التنمية تحمل ما يلي**:

1- دور من يشرح ويبسط ويسهل مهمة المخطط.

2- دور من يحمل رغبات الناس العاديين إلى المختصين بالتخطيط.

3- دور من يتابع ما يفعله المختصون بالخطة طول فترة الدراسات التي يقومون بها ليترجموا رغبات الجماهير إلى خطط قابلة للتنفيذ.

4- دور من يحمل ردود الأفعال بعد إعداد مشروع الخطة من الناس إلى المسئولين.

5- دور المنظم لمناقشات واسعة وعريضة تشارك فيها الجماهير بالرأي حتى يتوفر للخطة أكبر قدر من الديمقراطية.

6- دور من يعكس نتائج المناقشات أولا بأول إلى المسئولين عن الخطة، وعن سياسة الدولة، حتى إذا ما وضعوا الخطة وضعوها في إطار من نبض الجماهير(□)

ويقول العلماء على وسائل الإعلام الإقليمية ومنها التليفزيون الإقليمي بأنها الطريق الوحيد للوصول إلى المجتمع(□) **وتقوم وسائل الاتصال بدورين هامين:**

أولهما: دور المنبه من خلال إثارة اهتمام المواطنين بالقضايا المتعلقة بالتنمية.

---

(1) عبد المنعم الصاوى:هل الصحافة مجرد مؤشر من مؤشرات التنمية، مجلة الدراسات الإعلامية، (القاهرة: العدد 23 سبتمبر عام 1998) ص7- 8

(2) *http://ww.gwatimes, org/scenefe.7. htm, Accesedst: (28/3/2003)p.p (1-3)*

والثاني: حشد الدعم الشعبي للتنمية التي تفقد مضمونها بدون المشاركة الشعبية الفعلية.[1]

ويعتبر التليفزيون عاملا مركزيا في عمليات الإعلام، فالجميع أدرك أهمية التليفزيون في الحياة اليومية.

المقومات الأساسية للتنمية:

- إحساس الشعب بالحاجة للتنمية.
- توافر المصادر البشرية.
- تدعيم أجهزة الإعلام والتعليم والتدريب[2]

وبعد تناولنا العملية التنموية وخصائص التنمية المحلية ودور الإعلام ووظائفه التنموية وكذلك المقومات الأساسية **نستعرض دور وأهمية وخصائص التليفزيون في العملية التنموية في المجتمعات المحلية، ويتضمن عرضنا النقاط الآتية:**

- التليفزيون وأهميته.
- خصائص التليفزيون
- دور التليفزيون في تناول قضايا التنمية المحلية.

أولا: التليفزيون وأهميته:

يعتبر التليفزيون أقوى وسيلة إعلامية ظهرت حتى الآن بما تستخدمه من توحيد آراء وأفكار الجماهير، واستخدام وسائل الإقناع المتعددة في عملية التأثير كما أن التليفزيون يعلم أفراد المجتمع أساليب مختلفة من السلوك الفردي

---

(1) فاروق أبو زيد: التحديات الإعلامية العربية، مقارنة بين عقدى الخمسينات والثمانينات، (القاهرة: مجلة المستقبل العربى، العدد 128، 1989)، ص79.

(2) جهان رشتى:الأسس العلمية لنظرية الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربى، 1988) ص300.

والمجتمعي في مختلف الظروف، ويوفر للإنسان من المعلومات ما لا يتوافر له في حياته العادية.

والتليفزيون مصدر متجدد للخبرات والمعلومات المختلفة التي تدفع الجماهير إلى الاهتمام بمختلف شئون وخطط التنمية بالإضافة إلى تجدد خبراتهم في حياتهم الخاصة والعامة.

كما يتمتع التليفزيون بصفة الفورية التي تزيد من واقعيته، فهو يستطيع تقديم المادة الإعلامية في نفس زمن حدوثها مما يخلق نوعا من المشاركة الجماهيرية، فالمشاهد يعيش في آن واحد، فهو يشاهد ما يحدث في العالم من حوله وهو جالس في مكانه الخاص، وقد ازدادت فاعلية التليفزيون بعد استخدام الألوان حيث يصبح العرض التليفزيوني أقرب إلى الواقع(□)

ويعتبر التليفزيون أقرب وسيلة إلى الاتصال الشخصي، فهو يجمع الصورة والرؤية والحركة ولذلك فهو يتميز بخصائص الاتصال الشخصي الذي أثبتت الدراسات أنه أكثر قدرة على الإقناع.

ويتفوق التليفزيون على الاتصال الشخصي بما يمتلكه من تكبير الأشياء الصغيرة وتحريك الأشياء الثابتة بقدرة فائقة ليسجل بالصورة تحقيقاً أو مقابلة أو عرضاً، فالمواد التي تذاع من خلال التليفزيون تتجه إلى السمع والبصر.(□)

ثانيا: خصائص التليفزيون كوسيلة اتصال جماهيري:

---

(1) وليام ل. ريفرز وآخرون: وسائل الإعلام والمجتمع الحديث ،مرجع سابق ، ص450.
(2) خليل صابات:وسائل الإعلام، نشأتها وتطورها (القاهرة:مكتبة الانجلو المصرية، 1986) ص 156-157.

يعتبر التليفزيون بحق أقوى وسائل الإعلام التي ظهرت حتى الآن فالتليفزيون يفوق كل من عداه من وسائل الاتصال الجماهيري، إذ أن قدرته الفائقة التي تتزاوج فيها الصورة بألوانها الطبيعية مع الصوت مجسما تشبع الجماهير وتمتعها في آن واحد، وتجعل المشاهد مشدودا إلى مادتها بغض النظر عن التصنيف الاجتماعي والثقافي، ويمكننا التعرف على قيمة تأثير التليفزيون على الأفراد إذا عرفنا أن الإنسان يحصل على (98٪) من معرفته عن طريق حاستي السمع والبصر، كما أن استيعاب المرء للمعلومات يزداد بنسبة(35٪) عند استخدام الصورة والصوت في وقت واحد، كما تطول مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات عندئذ بنسبة(55٪).(1)

ويمتلك التليفزيون من المزايا والخصائص ما يجعله من أهم وسائل الاتصال الجماهيري وأكثرها قدرة على التأثير في عادات الناس وآرائها واتجاهاتها مما يؤدى إلى تغير بعض أنماط السلوك غير الملائم وإحلال عادات وقيم جديدة تتواءم مع كل مرحلة من مراحل التغيير الاجتماعي في المجتمع، ومن خصائص التليفزيون أيضا، تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع عن طريق تقديم المعارف وتفسيرها والتعليق عليها، وفى تغيير العادات السلوكية وتعديل القيم الأخلاقية غير المرغوبة وتحقيق التكامل الثقافي وتكوين الذوق الفني والحضاري من خلال الاختيار والمفاضلة.(2)

---

(1) فوزية فهيم: التليفزيون أحدث وسيلة إعلامية، مجلة الفن الإذاعي، العدد (8) (القاهرة: إتحاد الإذاعة والتليفزيون، 1979)، ص 23.

(2) سهير جاد: البرامج التليفزيونية والإعلام الثقافي (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987) ص12.

إن التليفزيون وسيلة اتصال سمعية وبصرية يستحوذ مشاهديه ولا يترك لهم فرصة لانشغال بعمل آخر أثناء تشغيله مثل الراديو، فهو يسيطر على سمع وبصر وعقل المشاهد حيث يجذب انتباهه بصورته المتحركة والناطقة والمتغيرة.

فالتليفزيون صديق الإنسان ومرافقه حتى في غرفة المعيشة (1) ويرى آخر بأنه شئنا أم لم نشا سيبلغ التليفزيون مدى واسع في التأثير في حياتنا وحياة مجتمعنا وأمتنا والعالم أجمع، والسبب في ذلك هو أن التليفزيون مجال من مجالات الاتصال بالجماهير يتجاوز فاعليته كل ما عرفته حضارتنا على الإطلاق.

ولذلك يعد التليفزيون من وسائل الاتصال الفعالة التي نستطيع من خلالها تغير مواقف الناس إلى المواقف الايجابية تجاه قضايا التنمية لأن التليفزيون له قدرة كبيرة على جذب الانتباه وإثارة الاهتمام.

ثالثا: أهمية التليفزيون ودوره في التنمية:

إن فائدة التليفزيون تتوقف على طريقة استخدامه فقد يمثل فائدة عظيمة أو شرا كبيرا فإذا استخدم بكفاءة فإنه بإمكانه أن يعلم الناس وفى وقت قصير. (2) ومن فوائد التليفزيون تقديم المعلومات والأخبار إلى الأسرة مجانا عكس الوسائل الأخرى المطبوعة كالصحف والمجلات كما يقدم وسائل تعليمية لمعظم أفراد الأسرة، فيقدم للطلبة البرامج التعليمية في معظم المراحل التعليمية، كما يقدم برامج محو الأمية لمن تسربوا من التعليم أو لم يتعلموا، ويقدم للمرأة وسائل تعليمية مثل المهارات المنزلية اللازمة لإدارة المنزل بمختلف شئونه، كما

---

(1) حسين فوزى النجار: الإعلام المعاصر (القاهرة:دار المعارف عام 1984)، ص141.

(2) *Hadley Read: "Communication, Methods for all media" London University of Illionic press, 1992 p.228.*

يقدم برامج العناية بالطفولة بالإضافة إلى برامج التوعية سواء صحية أو ثقافية أو اجتماعية.

وللتليفزيون دور في النواحي السياسية، فهو يعمل على توعية الجماهير بأهمية المشاركة السياسية خصوصا في فترة الانتخابات، ويوضح الواجبات التي يقوم بها المواطن تجاه وطنه بالإضافة إلى أنه يقدم ذلك بشكل آخر بخلاف البرامج، حيث يقدمها من خلال الأفلام والمسلسلات حتى يحث معظم أفراد المجتمع على القيام بهذا الدور.

ويقوم التليفزيون بدور آخر وهام هو تناول المشكلات الاجتماعية وعرضها مع طرح رؤى للعلاج أو العمل على تغير ردود الفعل لدى المشاهدين تجاه مشكلات الفقر، والانفجار السكاني، والإدمان، والانحراف بمختلف صوره، سواء تناول ذلك من خلال برامج أو أفلام أو مسلسلات، ولهذا يقول (ولبير شرام) إن التليفزيون من ناحية الإمكانية يعتبر نافذة عظمى للإطلالة على العالم، وهو طريق من أفضل الطرق التي تستطيع من خلالها توسيع مجالات آفاقنا، ويتيح حكما ميسراً على الشخصيات العامة ويشركنا في المحاضرات والندوات التي تنظمها أكبر الجامعات ويطلعنا على الأنواع المختلفة من الأوبرا والمسرح والمتاحف ودور الموسيقى التي لم تكن متاحة من قبل إلا للفئة المحظوظة من الناس الذين يقنطون المدن الكبرى[1] ومن خلال ما سبق يتضح لنا أن التليفزيون بكل إمكانياته قادر على المساهمة في بناء الإنسان.

---

(1) *Wilbur schramm. "Responsibility in Mass communication" N.y.Horper& brother, 1975, p.356.*

أو أن ما يهمنا هو التليفزيون الإقليمي كمصدر من مصادر التنمية المحلية بالإضافة إلى دوره في إطار النظام الإعلامي، كقناة لنشر الثقافة ودفع الجماهير للاهتمام بشئون المجتمع المختلفة، السياسية والاجتماعية والاقتصادية وخصائص التليفزيون بصفة عامة هي خصائص التليفزيون الإقليمي، ولكن التليفزيون الإقليمي يركز بالأكثر على القضايا المحلية.

رابعا: دور القنوات التليفزيونية في عملية التنمية :

إن "التنمية" من الناحية اللغوية تشير إلي أن الشيء يزيد أو يرتفع من موضعه إلي موضع آخر، ولعل هذا هو المغزى الرئيسي للإشارة لجوهر عملية التنمية الذي يركز علي أن الإنسان يمثل محور التنمية الرئيسي بالعمل علي مستوي رفع معيشته داخل نطاق مجتمعه المحلي الصغير- ينعكس بدوره – كمنظور شامل- علي تحقيق التنمية القومية الشاملة التي تعد محصلة لتنمية المجتمعات المحلية التي تضمنها.

والتنمية تشمل تغييرا أساسيا في كل أنماط الحياة وصور العلاقات الاجتماعية في المجتمع بغرض النهوض به بحيث تمثل في النهاية عملية كاملة ديناميكية شاملة الأبعاد والمحاور قوامها النمو ومعاملتها الإنسان ونقطة انطلاقها المجتمع المحلي.

وقد تم تضمين الحق في التنمية لحقوق الإنسان التي أقرتها الجمعية العامة للأمم المتحدة في إعلانها الصادر في 4ديسمبر 1986، والذي يؤكد علي أن الحق في التمنية حق إنساني غير قابل للتصرف وأن البشر جميعا- منفردين

ومجتمعين- يتحملون المسئولية الرئيسية في خلق الظروف الملائمة لممارسة الحق في التنمية.

ولا شك أن الإعلام- بوسائله المختلفة – يؤدي دورا كبير في هذا المجال بحيث يقوم بدور رئيسي في التوعية بالتنمية وقضاياها مع حث الجماهير علي الاشتراك في أنشطتها المختلفة وتعبئة الأفراد للإسراع بإزاحة المعوقات التي تحول دون تنفيذها علي أرض الواقع سواء من خلال تعديل الاتجاهات أو محاولة تغير وتوجيه السلوك.

ويعتبر التليفزيون من أهم وأقوى وسائل الاتصال التي ظهرت في القرن العشرين التي من أدواره الاهتمام بقضايا التنمية الاجتماعية، وإثارة الجماهير للمشاركة في تحقيق أهداف وبرامج التنمية.

وقد أدركت الدول النامية أن التنمية الشاملة تستدعى قيام بناء مترابط لمجموع القضايا الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وأن إيجاد حلول لهذه القضايا يجب أن يكون على أساس تخطيط شامل متكامل، يتناول خطط وبرامج التعليم ومحو الأمية، الوعي الصحي، الانفجار السكاني وتنظيم الأسرة، التحول الاجتماعي، الهجرة من الريف، حماية البيئة وزيادة الإنتاج القومي، وغير ذلك من القضايا المترابطة المؤثرة في الوضع العام لمجتمعاتنا من خلال الدور التنموي لوسائل الاتصال، لما لها من تأثير على الجماهير، وقدرة على صياغة سلوكياتها (1)

(1) عمر الخطيب: الإعلام التنموي، (الرياض: دار العلوم للطباعة والنشر ،1983)، ص7.

كما شهدت الدول النامية منذ انتهاء الحرب العالمية الثانية تحولا اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا كبيرا، تمثل في ظهور الأماني والطموحات والتوقعات الجديدة والتحمس للتخطيط وزيادة معدلات النمو الاقتصادي، والرغبة في الحصول على التكنولوجيا العصرية، وتحدى الكثير من التقاليد القديمة، وما ترتب على ذلك من بروز قيادات جديدة وبالتالي نشوؤها كدول جديدة، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى حشد جهود التنمية الاقتصادية وحل مشكلاتها السياسية والبشرية وبلورة مسئولياتها الوطنية[1]

وظهرت الكثير من الآراء والاتجاهات الفكرية على مستوى العالم بشأن دور التليفزيون في تحقيق التنمية ، فالاتصال وسيلة لتحقيق غاية، فهو وسيلة الدول النامية التنمية.

ومن ثم فإن وسائل الاتصال الحديثة في الدول النامية تهدف إلى غرس الشعور بالانتماء إلى الأمة والوطن وتعليم الشعب المهارات الجديدة، وغرس الرغبة في التغيير وزيادة آمال الجماهير التي ترغب في اقتصاد متطور ومجتمع أكثر تحضرا[2] فعملية التنمية المحلية في الدول النامية تتطلب إحداث تغير وتطوير في المجتمع الحديث بحيث تحل الأنماط الاجتماعية الجديدة محل القديمة حتى يتمكن الفرد من تقبل متطلبات هذا التغير والذي يقوم بهذا الدور هو التليفزيون لأنه الوسيلة الأساسية التي تهدف إلى إعادة توجيه السلوك بطرقه المختلفة ذات التأثير الكبير، فهو الوسيلة التي يمكن أن توفر المناخ الملائم (أفكار وأساليب جديدة) لإحداث التنمية.

---

(1) *Wilbur schramm: Mass Commutation & National Development Stanford Press California, 1974. p. 9*

(2) جيهان أحمد رشتى:نظم الاتصال والإعلام والتنمية، (القاهرة: نهضة مصر، 1999) ص76.

وتتطلب التنمية الشاملة من كل الجهود والإمكانيات لحدوثها والمحور الأساسي لذلك هو الإنسان، فهو حماية للتنمية ووسيلة للتنمية في نفس الوقت ولذلك لابد من إقناعه بخطط التنمية التي تقوم بها الدولة حتى يؤدى دوره بمشاركة فعاله، ومن خلال وسائل الاتصال فهي الأدوات الرئيسية المساعدة على تنفيذ برامج التنمية وتحقيق تقدمها وتطورها من خلال توصيلها وإقناعها بالأفكار المستخدمة، ونشرها للقيم الايجابية ونقدها للقيم السلبية التي تعوق عملية التطور والتقدم والنمو المنشود اجتماعيا وماديا وثقافيا (1)

خامسا : دور القنوات التليفزيونية الإقليمية في عملية التنمية:

طبيعة دور الإعلام تجعل منه دور مساند ومدعم لكافة أجهزة ومؤسسات الدولة وكافة الجهات المشاركة في عملية التنمية من جمعيات أهلية ومنظمات غير حكومية. وتدور في هذا الفلك قضية نشر الإعلام الإقليمي والوصول بالرسالة الإعلامية إلي كل مواطن أيا كان موقعه الجغرافي داخل أرض الوطن، الأمر الذي يساهم في تدعيم حق المواطن في الإعلام وتحقيق عنصر العدالة الاجتماعية في توزيع الخدمة الإعلامية علي جميع المواطنين كل بما يناسب مجتمعه وبيئته المحلية.

ومن هذا المنطق يبرز الدور المحوري الذي يقوم به الإعلام وتتضح سمات العلاقة الإرتباطية التفاعلية التي تربط بينه وبين التنمية، **والتي يمكن عرضها من خلال محورين رئيسين:**

1- **المحور البنائي** : ويتمثل في توظيف رسالة الإعلام في خدمة بناء وتنمية الإنسان ودعم خطط الدولة في التنمية في هذا المجال.

---

(1) حسن درويش عبد الحميد: الإنسان المصري ودوره في التنمية (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب 1984) ص42.

2 - **المحور الدفاعي**: ويتمثل في توظيف رسالة الإعلام في مواجه كافة العقبات والمشكلات والتحديات- الداخلية والخارجية – التي تعوق عملية التنمية. ومن ثم تؤدي وسائل الاتصال الجماهيري دور الشريك في تنمية المجتمعات، **فهي بالنسبة لمخطط التنمية تتحمل ما يلي:**

1 - دور من يشرح ويبسط ويسهل مهمة المخطط.

2 - دور من يحمل رغبات الناس إلي المختصين بالتخطيط.

3 - دور من يتابع ما يفعله المختصون بالخطة طوال فترة الدراسات التي يقومون بها ليترجموا رغبات الجماهير إلي خطط قابلة للتنفيذ.

4 - دور من يحمل ردود الأفعال بعد إعداد مشروع الخطة من الناس إلي المسئولين.

5 - دور المنظم لمناقشات واسعة وعريضة تشارك فيها الجماهير بالرأي حتى توفر للخطة أكبر قدر من الديمقراطية.

6 - دور من يعكس نتائج المناقشات أولاً بأول إلي المسئولين عن الخطة وعن سياسة الدولة حتى إذا ما وضعوا الخطة وضعوها في إطار من نبض الجماهير(1).

وبذلك يمكن تحديد الملامح الرئيسية لدور الإعلام في تحقيق التنمية القومية الشاملة علي النحو التالي:

1 - المساهمة في تحريك وتعبئة الجماهير نحو جهود التنمية بما يحقق المشاركة الجماهيرية في عملية التنمية بمجالاتها المختلفة سواء السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية.

---

(1) عبد المنعم الصاوي: هل الصحافة مجرد مؤشر للتنمية مرجع سابق ص 9

2 - المساهمة في رفع مستوي فعالية المجتمع في إنجاز أعمال ومشروعات التنمية في إطار الموارد والإمكانيات القومية المتاحة. وذلك من خلال التعريف بالمراحل المختلفة لعملية التنمية الشاملة وأبعادها ومجالاتها المختلفة وتوظيف البرامج والمواد الإذاعية والتليفزيونية من أجل هذا الهدف توعية المواطنين بضرورة وأهمية عملية التنمية وأهدافها ودورهم في هذا المجال.

3 - تنمية وعي المواطنين بتبني الأفكار الجديدة والمستحدثة وتغير الأنماط الاجتماعية بما يتفق مع المتغيرات المرتبطة بعملية التنمية.

4 - المساهمة في إعادة بناء أفراد المجتمع وتنمية ثقافتهم وسلوكياتهم واتجاهاتهم الفكرية والاجتماعية ، وهو ما يرتبط بدور الإعلام في بناء وتنمية الإنسان.

5 - المساهمة في التصدي للمشكلات القومية الراسخة والطارئة والظواهر السلبية التي تعوق جهود التنمية.

6 - التعريف بقضايا ومشكلات التنمية القومية وتوفير المعلومات عنها وحلولها المقترحة، وعن الموارد والإمكانيات المتاحة والأفكار المستحدثة والجديدة وطرق وبرامج التنفيذ علي كافة المستويات.

7 - التعريف المستمر بإنجازات التنمية بما يحقق هدف تشجيع المواطنين علي مواصلة العمل والإنجاز وبما يساهم في زيادة معدلات التنمية.

8 - التعريف بالكفاءات القيادية والتنفيذية التي نجحت في تحقيق المستهدف من التنمية كنموذج يحتذي به وقدوة حسنة لباقي المواطنين.

9 - إتاحة الفرصة لكافة المواطنين علي اختلاف مستوياتهم لعرض آرائهم وأفكارهم فيما يختص بالبرامج التنفيذية الخاصة بمجالات التنمية المختلفة وتبني الآراء الايجابية والأفكار البناءة والجديدة بما يفيد عملية التنمية بصفة عامة.

10 - الاهتمام بمعالجة مشكلات المواطنين علي اختلاف مستوياتهم وأعمارهم وتقديم الخدمات الإعلامية الحيوية في شتي المجالات بحيث تصل هذه الخدمات إلي كافة المواطنين من أبناء المجتمع(1).

كما أن نوعيات ومضامين البرامج التي تقدم من خلال القناة الإقليمية للمجتمع لابد وأن تأتي لتعكس آماله ومشاكله وقضاياه واحتياجاته ، ومن هذا المنطلق فإن التليفزيون الإقليمي لابد وأن يأتي علي مستوي رفيع من الكفاءة حتى يحقق للبرامج التليفزيونية رسالتها بأقصى نجاح ممكن بحيث يفعل دوره الرئيسي في مجال التنمية البيئية وخدمة المجتمع المحلي المتميز بها. ونظراً للإيمان بالدور المحوري للإعلام في مجال التنمية أنشأ اتحاد الإذاعة والتليفزيون المنظومة الإعلامية الإقليمية- والتي تتكون الآن من ست قنوات إقليمية- تخدم كل منها إقليميا معينا يضم مناطق ذات سمات مشتركة وتعمل كل قناة جهدها الأول في تنمية وخدمة هذا الإقليم(2).

وترجمة لذلك جاء الوصول بالإعلام المسموع والمرئي إلي أفضل أداء متميز ومتطور خدمة لأهداف التنمية الشاملة والمتكاملة للمجتمع كأحد الأهداف

---

(1) *http:/www.undp.org.sa/rep/061101%20Goals%20of%20Seminar%20&% 20 worksshop%20DA.doc.IN:(15/12/2006).*

(2) اتحاد الإذاعية والتليفزيون. الكتاب السنوي 1997/96(القاهرة: الإتحاد،1997) ص98

الإستراتيجية الأساسية لاتحاد الإذاعة والتليفزيون لعام2000/2001 ، **وقد جاءت السياسات الاجتماعية المرتبطة بهذا الهدف علي النحو التالي:**

- التوعية المستمرة بمتطلبات التنمية وما تفرضه علي كل مواطن من ضرورة بذل الجهد من أجل المساهمة في كافة مجالاتها وقطاعاتها.
- الإعلام المستمر عن مشروعات التنمية وجهود الدولة في هذا المجال وما تحقق من إنجازات فيها والدعوة إلي مساندة تلك المشروعات.
- الحث علي المشاركة في مشروعات التنمية وتشجيع مساهمات الجهود الذاتية فيها.
- التركيز علي عرض كافة الحقائق المتعلقة بالواقع التنموي الذي تعيشه مصر، مع فتح قنوات الحوار الدائمة لتحديد أنسب السبل لمواجهة المشكلات ودفع عجلة التقدم.
- الاهتمام ببرامج التنمية الاقتصادية والثقافية والتعليمية والاجتماعية بصورة تتواءم مع مستجدات القرن الحادي والعشرين.
- التركيز علي تقديم كل ما من شأنه إثراء حركة التنوير والتثقيف من خلال الارتباط بالقيم الدينية وتراث المجتمع الحضاري.
- الاهتمام ببرامج التنمية البشرية باعتبارها الهدف الرئيسي لكافة جهود التنمية بكافة أشكالها(1).

(1) اتحاد الإذاعة والتلفيزيون : الخطة الإعلامية العامة2001 (القاهرة: الإتحاد، 2001) ص25

وفي هذا الإطار تقوم القنوات الإقليمية بأداء عدد من الوظائف المحددة – في نطاق عملية التنمية بشكل عام يمكن عرضها كما حددها إتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري – كما يلي:

سادسا : الوظائف العامة للقنوات التليفزيونية الإقليمية:

1 -تقديم المعلومات المتصلة بالمجتمع المحلي وإعلام فئات الجماهير في المجتمعات المحلية المستهدفة بالأحداث الجارية ومشروعات التنمية.

2 -عرض المشكلات والقضايا المحلية الحيوية ومناقشتها.

3 -تغطية كافة الأنشطة والانجازات التي تدور في المجتمع المحلى.

4 -السعي وراء كشف جوانب الإهمال والفساد في مواقع العمل المختلفة بالمجتمع المحلي متى وجدت خاصة تلك التي تضر بمشروعات التنمية.

5 -يؤدي التلفزيون الإقليمي دوراً متكاملا مع وسائل الاتصال الأخرى في التبشير بالقيم الجديدة المصاحبة لمشروعات التنمية وتدعيم القيم التي تخدم التطور وتطوير أنماط السلوك الاجتماعية بما يتلاءم مع ظروف الحياة الجديدة المستهدفة.

6 -توضيح الأساليب المثلي لاستغلال الإمكانيات البيئية المتاحة لخدمة مشروعات التنمية.

7 -الإعلام عن المشروعات الناجحة وإبراز الشخصيات ذات الأيادي البيضاء في إنجاح تلك المشروعات المحلية حتى يكونوا قدوة للآخرين.

8 -التنمية الاقتصادية وعرض الأنشطة الاقتصادية بالمجتمع المحلى والعمل على رفع معدلات الإنتاج وتحسين المنتج.

9 -الترفية عن المواطنين وإسعادهم والترويح عنهم من عناء العمل ومشاكل الحياة اليومية ، والإعلام الناجح هو الذي يعتمد على اتجاهات أفراد الجماعة وقيمها، لا يقتصر على مجرد تقديم الكلمة أو الفكرة الموجهة بل يعتمد وهو يقدمها إلى الاستفادة من المؤثرات الحسية والفعلية والنفسية التي يراعى أن تكون متمشية مع المثل والقيم والعادات والتقاليد والأفكار والمعتقدات السائدة بين الجمهور المستهدف ، وإن الأفراد يصبحون أكثر استعدادا لتحقيق احتياجاتهم الموجودة عن تطويرهم لاحتياجات جديدة عليهم، فالإعلام يصبح أكثر فاعلية حينما يجعل الرأي الذي يعرضه يبدو للأفراد على أنه وسيلة لتحقيق احتياجاتهم الموجودة فعلا(□)

10 -تقديم الفنون الشعبية التي تعد جزءاً أساسياً من مكونات الذاتية الثقافية والفنية المستهدفة في إطار عملية التنمية الشاملة علي المستويات المحلية والوطنية(□).

وخلاصة القول: أن الإعلام يقوم بدور بالغ الأهمية في عملية التنمية بكل فروعها سواء التنمية البشرية أو التنمية الاجتماعية والاقتصادية، كما يقوم الإعلام بدور مهم في خلق عملية تفاعلية بين الجماهير والمسئولين.

وبينما تنشغل القنوات العامة بالشأن السياسي والاقتصادي والتنموي من زاويته العامة تبقي التفاصيل الكثيرة والمهمة والمؤثرة بعيدة عن اهتمامها، ومن هنا تبرز أهمية القنوات الإقليمية التي تعبر عن اتجاهات وقيم واحتياجات أفراده

---

(1) يوسف مرزوق: الإذاعة الإقليمية وتحقيق أهداف التنمية، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1994) ص (43)

(2) اتحاد الإذاعة والتلفيزيون: الخطة الإعلامية العامة 2001 (القاهرة : الإتحاد، 2001) ص25

وتترجم الاتجاهات العامة في التنمية إلى تفاصيل تتعلق بالممارسات اليومية للجماهير،بل وتتابع هذه التفاصيل بأسلوب يتناسب مع مفاهيم ومدراك وعادات الجماهير في الإقليم الذي توجه إلية بثها بالخطاب الإعلامي الذي يتناسب مع كل إقليم تصل الرسالة الإعلامية التنموية بسهوله إلى الجماهير ويتعاظم تأثيرها.

وفى النهاية ومن خلالها نتمكن من تحقيق تنمية المجتمعات الإقليمية بما تتطلبه من احتياجات حقيقة لتحقيق أهداف وطموحات أفراد المجتمع في تطوير مجتمعهم، وبذلك يأتي التليفزيون الإقليمي على قمة سائر وسائل الإعلام الأخرى بخصائصه القادرة عبر الصوت والصورة واللون والحركة واللهجة المناسبة والقضايا المتناسقة من الواقع البيئي المحلى، التي يكاد يرى المشاهد فيه نفسه على إحداث تأثير واستجابة وردود أفعال إيجابية لما يجرى طرحه على الرأي العام المحلى.(1)

فهو الوسيلة القادرة على أن تعمق في وجدان الجماهير الإحساس بالمشاركة في صنع حاضرها ومستقبلها من خلال نوع من وحدة الهدف بين القيادات المحلية التنفيذية والشعبية وبين الجماهير، وللتليفزيون الإقليمي قدراته في مجال أحياء التراث الشعبي والبيئي (2) بما يحتويه من قيم وعادات متأصلة في نفوس الجماهير وإحياء القيم التنموية من هذا التراث وتدعيمها بشكل معاصر يعتبر أحد آليات التنمية المحلية.

كما للتليفزيون الإقليمي دور في المساهمة في تناول المشكلات والقضايا الاجتماعية كمحو الأمية، برامج التوعية سواء الصحية أو الاجتماعية أو الثقافية

---

(1) عدلي رضا: مرجع سابق 1997، ص 2-4

(2) رئاسة الجمهورية: موسوعة المجالس القومية المتخصصة، (القاهرة :تقرير المجلس القومى للخدمات والتنمية الاجتماعية الدورة الثامنة والعشرون 2008/2007) ، ص 179 .

مثل برامج تنظيم الأسرة، صحة أفراد الأسرة، برامج تساهم في اكتساب مهارات جديدة وأفكار جديدة تتناسب مع بيئة المجتمع المحلى التي تتوجه إليه القناة.

سابعا: أهداف التليفزيون الإقليمي وتتمثل في الآتي (1)

- تلبية الاحتياجات الإعلامية والثقافية للمجتمع المحلى.
- إيجاد رابطة حقيقية بين الجماهير وقياداتها المحلية لتأكيد إحساس الجماهير بالمشاركة في صنع القرار وإيجاد الحلول للمشكلات المحلية.
- توعية المواطنين بالقضايا التنموية ودفعهم إلى المشاركة الإيجابية في التنمية الشاملة.
- معاونة الهيئات التعليمية المحلية على النهوض بأعبائها لرفع المستوى التعليمي وتيسيره، وإيجاد نوع من المصادقة لدى الجماهير مع السلطات المسئولة عن الخدمات المحلية كالصحة وتنظيم الأسرة والزراعة والأمن والمرور لتقبل الإرشاد والتوجيه برضى وقناعة.
- تشجيع الإبداع لدى الشباب في المجالات الفنية والثقافية والعلمية.
- إيجاد العلاقة المتوازنة بين المجتمع المحلى والمجتمع الكبير لتحقيق التجانس والتلاحم ووحدة الهدف.
- زيادة فترة إرسال القنوات الإقليمية.

ثامنا: التحديات والعقبات التي تحول دون انطلاق القنوات الإقليمية في أدائها لدورها:

تواجه القنوات الإقليمية عدداً من التحديات التي تحول دون القيام بالدور الذي ينبغي أن تقوم به، وإن كان معظم هذه التحديات يرتبط – بشكل أو بآخر –

---

(1) رئاسة الجمهورية: المرجع السابق عام 2008/2007، ص 801 .

بالعنصر الاقتصادي المتمثل في عدم توافر الإمكانيات المادية اللازمة للنهوض بالأداء، **وذلك على النحو التالي:**

1. نقص التمويل اللازم للقنوات الإقليمية فهذه الخدمات في حاجة إلى تمويل يفي بتوفير كافة المقومات اللازمة للقيام بدور أكثر فاعلية في تنمية المجتمعات المحلية، فما زالت القنوات الإقليمية في حاجة إلى إمكانيات فنية وهندسية والمزيد من الاستوديوهات وملحقاتها من الكاميرات خاصة الكاميرات المحمولة وأجهزة التسجيل ومستلزماتها وعربات الإذاعة الخارجية بما يحول دون تحقيق الإجادة والإبداع في أداء الرسالة الإعلامية للإعلام الإقليمي[1] .
2. ضعف الإرسال الهندسي لبعض القنوات الإقليمية بما يحول دون وصول رسالتها إلى المستهدفين المطلوبين، وهذا بدوره يحتاج إلى التمويل اللازم لتقوية محطات الإرسال الخاصة بها[2]
3. عدم توفير الكوادر الإعلامية والفنية المدربة والمؤهلة لأداء رسالة الإعلام الإقليمي والمؤمنة بجدوى ودور القنوات التلفزيونية الإقليمية في التنمية، فرغم توافر عدد الخرجين ، إلا أن النقص ما زال قائماً في توفير المدرب والمؤهل منهم للعمل بالقنوات الإقليمية، فتدريب الكوادر الإعلامية وكذلك تدريب الفنيين والمهندسين في حاجة إلى تمويل بمخصصات أكبر وفى حاجة إلى إمكانيات أكبر.

(1) مقابلة مع إبراهيم العراقي رئيس القناة السادسة
(2) مقابلة مع مصطفى خضير رئيس القناة الرابعة

4. عدم تجاوب سلطات وأجهزة الحكم المحلى والإدارة المحلية بالقدر الكاف مع القائمين على أداء رسالة الإعلام الإقليمي في القنوات الإقليمية فيما يتعلق بمعالجة قضايا المجتمع المحلى ومشكلاته ومواجهة السلبيات في الأداء .

فالإصرار من جانب مخططي الرسالة الإعلامية في القنوات الإقليمية على دعم قيادات الإدارة المحلية باستمرار عوضا من مساندة احتياجات الشارع المحلى ومتابعة الأخطاء وكشف عناصر الخلل يفقد هذه القنوات ميزة تعبيرها عن أصوات الجماهير وحرمان التجربة الإدارية المحلية من فرص الكشف عن المعوقات التي تحول دون نجاحها .

ويشير الواقع إلى أن أجهزة الحكم المحلى والإدارة المحلية تحاول احتواء القنوات التليفزيونية وتقييد حرية حركتها في كشف السلبيات ومعالجة المشكلات القائمة في المجتمعات المحلية وتحرص على أن تكون القنوات بمثابة واجهه للدعاية والتأييد وعرض الايجابيات دون السلبيات، الأمر الذ ي يتناقض تماماً مع طبيعة رسالة الإعلام الإقليمي ويعوق دوره في خدمة تنمية المجتمعات المحلية.(1)

5. عدم الاهتمام الكاف بالتخطيط والجانب البحث ي الميداني والنظري والمرتبط بتقييم الأداء بشكل مستمر وهذا الجانب يمثل عنصراً أساسياً للتطوير وتحقيق مزيد من الفاعلية لدور الإعلام الإقليمي في تنمية المجتمع المحلى ، ولعل ذلك

(1) منى مجدي فرج : مرجع سابق ، ص 153.

يرتبط بشكل أو بآخر بنقص التمويل الكافي لهذه البحوث من ناحية وعدم الأخذ الجاد بتوصيتها ونتائجها من ناحية أخرى .

ولابد من الإشارة إلى ضرورة قيام هيئات بحثية مستقلة ومتخصصة بعملية المتابعة والتقييم الدورى للأداء وإجراء دراسات وأبحاث المشاهدين من حيث نسب المشاهدة والبرامج المفضلة وأنماطها ودرجة المصداقية لدى المشاهد فيما يراه حتى يمكن الوثوق بنتائجها .

ولعل هناك عدداً آخر من التحديات والعقبات التى تأخذ شكلاً جديداً فى العصر الحالى نظراً لوجود بعض التهديدات الخارجية التى تحول دون وصول القنوات الإقليمية لجمهورها المستهدف والتى ترتبط بالتقدم التكنولوجى وتطور أنظمة البث ورخص ثمنها .

ويأتى على رأس تلك التحديات "الوصلات" التى تعمل بنجاح طوال الأعوام الأخيرة وتقتنى أحدث معدات استقبال البث وإعادته إلى المنازل عبر الكابل أو الوصلة وتستشرى فى مختلف أنحاء أرض مصر من مرسى مطروح إلى أسوان للمواطنين فى المنازل والمقاهى والمحال ويطلق على هذه الظاهرة أسم "الفضائيات القروية" .

وهذه الوصلات غير الشرعية تعمل على إعادة بث الفضائيات المشفرة وإتاحتها بمبالغ شبه مجانية للمشاهدين فى الريف والحضر، مما يشكل ظاهرة من أخطر الظواهر التى توغلت فى الغالبية العظمى من الشوارع والقرى والنجوع المصرية .

وترتب على انتشار هذه الوصلات تراجع نسبة مشاهدة القنوات الإقليمية على شاشة التلفزيون، الأمر الذى يشكل قضية كبرى لها أبعاد اجتماعية وثقافية وسياسية تتمثل فى اغتراب عقل المشاهد وابتعاده عن إعلامه الإقليمى الذى حل محلة قنوات ترفيهية ورياضية وأحياناً إخبارية لها أهداف وسياسات مغايرة لما يجده المواطن على شاشته المحلية التى توارت وقطع إرسالها بفعل تلك الوصلات .

ويمكن تفسير القبول الكبير الذى لاقته هذه الوصلات لدى الجميع فى ظل البرامج المتنوعة والجذابة التى تقدمها هذه القنوات خاصة فى ظل تشفير عدد من الأحداث الرياضية الكبرى وارتفاع أسعار الاشتراكات ، إضافة إلى اكتساب القنوات الخاصة مزيدا من المصداقية لدى المشاهد مقارنة بالقنوات الحكومية مما أدى إلى استغناء عدد كبير من الجماهير المحلية – خاصة ضعف الانتماء والرابطة بين أبناء المجتمع المحلى وعدم ارتباطهم بأخبارهم المحلية .

إضافة إلى ذلك فإن اقتصاديات هذه القنوات تعمل على تهديد الإعلام وقنواته الإقليمية من خلال تقلص سوق الإعلان المحلى نتيجة هروب المعلنين من القنوات الأرضية للقنوات الفضائية وهدر الموارد المتدفقة للإعلام المصرى بشكل عام والإقليمى بشكل خاص مما يقتضى ضرورة التدخل لتغيير هذا الوضع .

وفي إطار المحاولات المستمرة للتصدي لهذه القضية الشائكة دعا وزير الإعلام الأسبق إلي إجراء دراسة علمية بغرض تحديد حجم الظاهرة ووضع حلول ومقترحات قانون جديد ينظم عملها ويحدد بنود وحدود السلطات الكاملة سواء

لوزارة الإعلام أو شرطة المصنفات الفنية في هذا المجال والذي من المنتظر أن يتم عرضه قريباً علي مجلس الشعب.(1)

ومن ناحية أخري يطالب البعض بضرورة بث القنوات التليفزيونية الإقليمية علي النايل سات لتكون في متناول من يمتلكون أطباق اً وكذلك بالنسبة لأصحاب الوصلات، الأمر الذي يمكنهم من إعادة بثها حفاظاً علي الهوية المحلية والإقليمية.

وإلي جانب ذلك فقد انتشر في الفترة الأخيرة ظهور بعض القنوات التلفزيونية الخاصة التي تطلق إرسالها من عدد من المكاتب المحلية عبر الدوائر المغلقة بدون ترخيص ، مثل تلك المحطة التلفزيونية التي ظهرت في محافظة الغربية مؤخراً رغم محاولات شرطة المصنفات الفنية ضبط هذه البرامج والأجهزة الفنية المستخدمة في عملية الإرسال، ويطلق علي هذه الظاهرة اسم " القنوات العشوائية".

وقد تم استغلال هذه الطريقة الجديدة بطرق متنوعة، منها استغلال بعض المقاهي لتلك التكنولوجيا عن طريق شراء أجهزة حديثة من الأسواق تمكنهم من بث مواد إعلانية لبعض المرشحين في انتخابات مجلس الشعب والشورى الماضية علي ترددات القنوات الفضائية نفسها دون رقابة ، الأمر الذي يثير قضية خطورة استغلال مثل هذه الوسائل في إشعال التطرف السياسي أو الديني.

وفي احدى قري الغربية تم استخدام نظاما جديدا يمكن من خلاله نقل المناسبات المختلفة كالأفراح وأعياد الميلاد ومباريات كرة القدم المحلية بالقرية على الهواء مباشرة بحيث يراها الجميع مقابل مبالغ زهيدة.

---

(1) *www.almasry-alyoum.com/article2.aspx?ArticleID=9430 19/2/2008*

ويقوم بعض أصحاب تلك القنوات ببث مادة إعلانية محلية مخترقا بث المحطات التلفزيونية الفضائية المعروفة أثناء بث مباريات كرة القدم المهمة أو الأفلام والمسلسلات وغيرها، بينما البعض الأخر أنش   أ محطة خاصة به يعد لها البرامج ويبث الأغاني باتفاق مسبق مع محاوريه لـأن يوصيه بطلب أغنية لمطرب معين مثلا يكون قد نقلها مسبقا إلى شريط الفيديو الموجود لديه، وتخلل تلك الفقرات شديدة المحلية الإعلانات المراد الترويج لها. كذلك يتم استضافة لاعبي كرة قدم أنصاف المشهورين ومن أهالي المنطقة أو مسئولين حكوميين صغار في المجالس الحكومية المختلفة مقابل اجر زهيد.

وقد لاقت هذه الفكرة إقبالاً جماهيرياً كبيراً من فئات مختلفة الأمر الذي يبرز استمرار وجود حاجة ملحة وفرصة تسويقية كبري لوجود قنوات إقليمية تلفزيونية تقترب من الجمهور المحلي وتعبر عن مشكلاته ومناسباته ، وهي إن كانت موجودة إلا أنها تسير في اتجاه مختلف عما قدر لها مما دفع المواطنين إلي إنشاء قنواتهم المحلية الخاصة كبديل عن القنوات الإقليمية.

وليس هناك اختلاف علي عدم شرعية أو قانونية هذا النوع من القنوات مهما كانت قيمة المضمون الذي تقدمة . ولعل ظهورها يطرح تساؤلات حول دور القنوات الإقليمية المفقود وقصورها عن سد هذه الفجوة والاحتياج المحلي نتيجة لكونها أصبحت نسخاً مكررة من القنوات الرئيسية مع فارق الإمكانيات وتحول إعلاميوها إلي موظفيها ومن ثم فأن الإعلام الإقليمي المرئي والمسموع   والمقروء يتحمل جانباً من المسئولية لظهور هذه القنوات بسبب ابتعاده عن الغوص في محليته وبثه لبرامج ومضامين ليست وثيقة الصلة بقضايا بيئته المحلية.

الفصل الثالث

دور وأهمية الصحافة الإقليمية فى تنمية

المجتمعات المحلية

مقدمة:

أدت التغيرات التى شهدتها السنوات الأخيرة فى القرن العشرين، وبداية القرن الجديد على المستويات الدولية الاقليمية والمحلية إلى تصاعد مستمر فى الدور الإعلامي من حيث أهميته، وقوته، وتأثيره، وفرضت تلك التغيرات على وسائل الإعلام ضرورة الاستجابة لتلك المستجدات والتحولات بما تتلاءم مع ما أفرزته من اتجاهات ورؤى جديدة فى مجال الصراع الاجتماعي، وأصبح مطلوبا من الإعلام أن يشارك فى منظومة التحديث من خلال أحداث ثورة إدراكية ونفسية تؤدى إلى صياغة القيم والأفكار، فضلا عن إعادة تأهيل العناصر البشرية فيما يتناسب مع التحولات التقنية للعالم فى تطوره الراهن(1) حيث تساعده وسائل الإعلام أفراد المجتمع على تكوين رأى عام تجاه القضايا والمشكلات سواء أكانت محلية أو دولية: بل يرى البعض أن إقناع الرأى العام فى المجتمع بعدالة قضية ما يكفى فيه أن تكون القضية عادلة فى حد ذاتها وإنما يعتمد هذا الإقناع على طريقة عرض القضية بواسطة وسائل الاتصال المختلفة وما تقدمه هذه الوسائل للرأى العام من معلومات وحقائق وأراء وأفكار تساعد على الإقناع(2)

---

(1) سامية جابر: وآخرون الإعلام والمجتمع نحو منظور اجتماعى ونقدى للاتصال الجماهيرى، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1997)، ص315.

(2) على الدين هلال: النظام الدولى الجديد، الواقع الراهن آفاق المستقبل.(القاهرة : مجلة عالم الفكر- العدد 43 يونيو1995) ، ص21.

وقد تكون الصحافة مرآة للرأى العام وأداة من أقوى الأدوات المعروفة للتعليق على هذا الرأى، وحينئذ تكون ضرورة من ضروريات المجتمع التى بدونها يفتقد الجانب الأكبر من العلاقات التى نعتمد عليها فى حياتنا اليومية، والصحف فى عصرنا الحديث تعتبر حلقة الوصل بين الفرد والعالم الخارجى، ولولاها لعاش الإنسان فى عزلة عن ما يجرى حوله، إذا لا توجد دائرة من دوائر حياتنا الاجتماعية لا تغذيها الصحافة أو تمسها من قريب أو بعيد (1) ويتزايد دور مسئولية الصحافة تجاه قضايا الرأى العام والقضايا الاجتماعية أبان الأزمات والقضايا الهامة، فقد توصل "البرت جونثر *Albert Gunther* " إلى وجود ارتباط ايجابى يبين أهمية القضية والثقة فى وسائل الإعلام مع زيادة أهمية القضية تزيد الثقة عموما فى وسائل الإعلام، وأن الثقة فى الصحافة تفوق الثقة فى وسائل الإعلام الأخرى (2) فتزايد الصراعات الاجتماعية، وتعدد القضايا والمشكلات القومية والمحلية ذات الطابع الجماهيرى والتى ترتبط بمصالح أفراد غالبية المجتمع- أصبح يطرح أعباءً إضافية على الدور الاعلامى خاصة مع تصاعد الاعتماد على وسائل الإعلام كأحد الأدوات الأساسية فى الأعداد والتنفيذ وصناعة القرارات فى مجال القضايا الاجتماعية (3)

أولا: مفهوم الصحافة الإقليمية:

فى البداية لابد من الإشارة إلى أن تناول مفهوم الصحافة الإقليمية يأتى بالدرجة الأولى فى نطاق الصحافة المتخصصة حيث ظهرت فى عالم الصحافة

---

(1) عبد الهادى والى: قضايا الاتصال والإعلام ،مرجع سابق، ص274.

(2) *Albert Gunther& Lasoral Dominic: issue impotence & truss Un Mass Media journalism quarter . Vol. 62, no3, 1996. p.p844-847*

(3) رفعت محمود البدرى: المعالجة الصحفية لقضية البطالة فى الصحافة المصرية، 1991- 1993، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، 1998)، ص98.

اليومية التخصص الجغرافى أو الاقليمى أى بمعنى الصحف التى تختص بالقضايا المحلية للمجموعة السكانية التى تصدر منها وتهتم باحتياجاتهم ومتطلباتهم المعرفية(□)

فى واقعنا العربى المعاصر نطلق تسميات ... الصحافة المحلية، والإقليمية للدلالة على مسمى واحد وهو: الصحف التى تصدر فى إقليم جغرافى داخل من الدول (□)

وتتعدد التعريفات وتختلف فى التعبير عن مفهوم الصحافة الإقليمية، وقد لاحظ الباحث أن هناك لبساً قد وقع فى إيجاد تعريف محدد لهذا المصطلح الإعلامى، كما انه لم يتم العثور على تعريف مانع جامع لهذا المصطلح، وذلك على الرغم من كثرة المحاولات التى بذلها الباحثون فى هذا الميدان من جهة، ولإرتباط مفهومها بالأوضاع السياسية والتقسيمات الجغرافية والإدارية بمختلف دول العالم من جهة أخرى، حيث تختلف التقسيمات الداخلية للدول حسب النظام السائد بها، فنجد أن مجموعة من الدول تعتمد على التقسيم الجغرافى المتمثل فى (□): المحافظات والمقاطعات معا مثل كندا، والبعض يعتمد على التقسيم القائم على الأقاليم والهيئات مثل فرنسا، وأخرى تعتمد على تقسيم الولايات والمدن مثل ألمانيا، وبعضها يعتمد على تقسيم إقليمى وحكومة محلية مثل إيطاليا واليابان ودول أخرى تعتمد على التقسيم الفيدرالى للولايات تمثل الولايات المتحدة

---

(1) *http://www.t1t.net/of5.htm, 26-4-2003*

(2) محمد السيد محمد : الإعلام الإقليمى فى القرن الحادى والعشرين، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد (55) (القاهرة: المركز العربى للدراسات الإعلامية، 1989) ص 80.

(3) التقرير الوطنى للتنمية البشرية: (ليبيا- 2002) ، ص21- 22.

الأمريكية، وهناك من يعتمد على التقسيم الإدارى المتمثل فى المقاطعات والبلديات مثل انجلترا وأسبانيا وإيطاليا.

وفى دول أسيا يعتمد فى الأغلب على التقسيم الجغرافى المتمثل فى الولايات مثل ماليزيا وحكومات محلية مثل إيران وإمارات مثل دول الإمارات العربية المتحدة وفى الدول الأفريقية غير العربية نجد أنها تعتمد فى تقسيماتها الجغرافية على المقاطعات والبلديات مثل أوغندا أو كينيا، والبعض منها يقوم على التقسيم المتمثل فى الحكومة المحلية والأقاليم والإدارات الخاصة مثل موزمبيق وأثيوبيا، وهى تتشابه فى تقسيماتها مع بنجلاديش وباكستان والهند وكوريا الجنوبية.

وفى أفريقيا العربية والعالم العربى وعلى رأسها مصر نجد أنها تعتمد على التقسيم الجغرافى الإقليمى المتمثل فى الأقاليم والمحافظات ودول المغرب العربى تعتمد على التقسيم الذى يجمع بين الولايات والمدن مثل تونس والمغرب.

وانطلاقا من وضعية الأنظمة السائدة فى مختلف دول العالم والتقسيمات التى تقوم عليها كما سبق الذكر نجد أن الصحافة الإقليمية تتعدد مفاهيمها وتعريفاتها وفقا لتوجهات كل مجتمع من المجتمعات البشرية، وعلى الرغم من هذا التعدد فى المفهوم والسمات نجد أنها تهدف جميعها إلى معالجة القضايا والموضوعات المحلية التى يتشكل منها المجتمع المحلى، فضلا عن أنها تهدف بالدرجة الأولى إلى مواكبة مسيرة التنمية السائدة فى العالم ككل وتوعية وتثقيف أفراد المجتمع الذى تصدر فيه، وإشباع رغباتهم فى معرفة الأحداث والأخبار المتعلقة بمحيطهم الجغرافى والاجتماعى.

وتأسيسا على ما سبق فإن مفهوم الصحافة الإقليمية يتخذ تسميات متعددة متمثلة فى الصحافة الإقليمية ، وصحافة المقاطعات، وصحافة الولايات وصحافة المحافظات، وصحافة المدن، والصحافة الجهوية، وصحافة البلديات، وصحافة العواصم فى مختلف أنحاء دول العالم.

وبناء على التقسيمات الإدارية وهيكل الحكومات فى البلدان المختلفة التى سبق الإشارة إليها وفضلا عن أن الباحث يتفق مع وجهة النظر التى ترى أن اختلاف المفاهيم حول الصحافة الإقليمية راجع أيضا إلى الأسس التى اعتمدت عليها، **وهى لا تخرج عن أحد العوامل الآتية** (1):

1-المضمون.

2-مكان الصدور.

3-اهتمامات الجمهور.

4-الإمكانيات المادية.

5-مكان التوزيع.

6-مدى التأثير.

7-ترخيص الإصدار.

8-جهة الميلاد للمحرر وإقامته.

وبالإضافة إلى هذه الأسس يضيف الباحث ما يمكن أن نسميه الجغرافيا البشرية على أساس أن التجمع السكانى هو الذى يحدد المسمى الإداري للمكان وبالتالى يحدد طبيعة الوسيلة الإعلامية التى تصدر منه.

---

(1) إجلال خليفة: الصحافة الإقليمية فى مصر ودورها فى تنمية المجتمعات المحلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام 1981)، ص26.

وبناء على الأسس السابقة والوضعية الحكومية والإدارية والجغرافية لدول العالم والتى سبق الإشارة إليها يعتمد الباحث على تقديمه وعرضه لمفهوم الصحافة الإقليمية على الاتجاهات السائدة فى تلك الدول، وعليه قسم الباحث التعريفات وفقا لاتجاهين أساسيين هما:

الاتجاه الأول (التعريفات الغربية):

تتعدد تعريفات الصحافة الإقليمية فى المجتمعات الغربية والمجتمعات الأمريكية والأسيوية غير العربية بتعدد التوجهات السياسية والفكرية فضلا عن الهيكلية الإدارية والتنظيمية التى تعمل من خلالها المؤسسات الصحفية والإمكانات المادية لديها، وعلى الرغم من هذا التعدد لتعريفات الصحف الإقليمية إلا أنها تتفق فى العديد من الجوانب والأركان التى تقوم عليها الصحافة الإقليمية ومن أبرز تعريفات الصحافة الإقليمية فى هذه المجتمعات ما يلى:

ذكر كل من رونالد ل. فرجيسون وجيم باتن *(Donald L. Ferguson, Jim Patten)* فى كتابهما الصحافة اليوم *(Journalism Today!)* تعريفا للصحافة الإقليمية ينص على أنها تلك الصحف التى تمثل جزءً أو شريحة من المجتمع مثل صحافة الجامعات، والولايات والأقاليم والمدن الصغيرة، وصحافة العواصم التى لا تصل إلى المدن والأقاليم الأخرى[1].

ويعرفها ولبور شرام[2] *(Wilbur Schram)* بأنها الجريدة الريفية الصغيرة ذات اللهجة المحلية.

---

(1) محمد سالم موسى المنوفى: دور الصحافة الليبية المحلية فى التوعية بقضايا التنمية البشرية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام 2007) ص 79.

(2) ولبور شرام: أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية، دور الإعلام فى البلدان النامية، ترجمة: محمد فتحى، مراجعة: يحيى أبو بكر (القاهرة:الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، 1970م) ص295.

ويعرفها كل من ستانلى جونسون (*Stenley Johnson*)، وجوليان هاريس (*Harriss*) بانها: الصحيفة الإقليمية المحدودة الموارد أو أنها الجريدة الإقليمية الصغيرة[1].

وأورد جيوفرى موهاوس (*Geoffrey Moorhouse*) فى كتابه الصحافة (*The Press*) **مجموعة من التعريفات للصحافة الإقليمية تمثلت فيما يلى**:

- الصحافة الإقليمية هى ما بين الصحف المسائية التى تنشر فى المدن الكبيرة والصحف التى تنشر أسبوعيا فى المدن الريفية الصغيرة.
- الصحافة الإقليمية تلك الصحف ذات نسبة التوزيع المنخفضة وذات الموارد المالية المحدودة وتصدر فى نطاق محدود.
- الصحافة الإقليمية هى تلك الصحف التى يكون رئيس تحريرها هو الذى يملكها.
- الصحافة الإقليمية هى التى لا تتلقى أى خدمات من الوكالات والتى فى الغالب لا تنشر إلا بطبعة واحدة فى يوم النشر.
- الصحافة الإقليمية هى تلك الصحف التى تهتم فقط بالأعمال الخاصة بالمناطق التى تصدر فيها.

ويعرض إبراهيم المسلمى مجموعة من التعريفات الأجنبية للصحافة الإقليمية من بينها ما يلى[2]:

- يعرفها ب. دنيوايه (*B. Deiyonya*) بأنها: صحف الأقاليم ويرى أنها الصحف الصغيرة التى تصدر فى الأقاليم .

---

(1) ستانلى جونسون وجوليان هاريس : استيفاء الأنباء فن: صحافة الخبر ترجمة وديع فلسطين (القاهرة : دار المعارف 1960)، ص14-15.

(2) إبراهيم المسلمى: الصحافة الإقليمية، (القاهرة: العربى للنشر والتوزيع، 1996)، ص15-18.

- ويعرفها فيليب أولت (*philllip H. Ault*) بأنها: الصحف الإقليمية أو أنها الجريدة الصغيرة فى الأقاليم الداخلية.
- ويرى كارل وارين بأنها: الصحيفة الإقليمية.
- ويعرفها ف. فريزر بوند بانها: الصحف الأسبوعية فى المجتمعات المحلية الصغيرة، ويعرفها بأنها صحف المقاطعات أى الصحف المحلية الصغيرة فى الحضر والمناطق القروية،
- ويرى الآن بيت روبينز (*Alan pitt Robbins*) بأنها الجريدة الإقليمية ثم يعرفها بأنها: الصحيفة الأسبوعية الإقليمية، ثم يعرفها بأنها: الصحف الإقليمية التى تصدر فى المدن الصغيرة.

الاتجاه الثاني (التعريفات العربية):

تتعدد التعريفات العربية للصحافة الإقليمية بتعدد الأطر التى تعمل من خلالها الأنظمة الإعلامية العربية، وعلى الرغم من تعدد تعريفاتها إلا أنها تتفق فى مختلف جوانبها وأسسها وأركانها **ومن بين هذه التعريفات ما يلى:**

1 - يقدم معجم المصطلحات الإعلامية تعريفين للصحف الإقليمية: ينص أولها على أنها: هى الصحف التى توزع على مستوى المدينة التى تصدر فيها ولا تتجاوز ذلك إلى توزيع أوسع على مستوى عالمى ، وقد تكون على مستوى الدولة، لكنها ليست على مستوى العالم ، وينص التعرف الآخر على أنها: الجرائد والمجلات التى تصدر وتوزع داخل البلد أو الإقليم، ولا تتجاوز ذلك إلى توزيع أوسع على مستوى العالم ويمكن ملاحظة أن كلا التعريفين قد تجاهل الدور والوظيفة التى تقوم به الصحف الإقليمية، وهناك تعريف آخر يرى أن

الصحف الإقليمية هى تلك الصحف التى تصدر فى دائرة جغرافية محدودة قد تكون وحدات إدارية أو منظمات أو محافظات وتخاطب مصالح واهتمامات سكان هذه الدوائر الجغرافية.[1]

ويعد هذا التعريف أكثر دقة: لأنه يجمع بين كلا البعدين... المدى والوظيفة ومن ناحية أخرى فإن مصطلح الصحافة الإقليمية قد يعنى فى الوقت نفسه مصطلحات أخرى، مثل: الصحافة الإقليمية، صحف المقاطعات، صحف الولايات الصحافة فى المجتمعات المحلية، صحافة المدن، والمحافظات.

ويحاول تعريف آخر [2] التفرقة بين الصحف الإقليمية والقومية فالصحف الإقليمية هى التى تصدر فى إقليم من الأقاليم (ولاية، أو محافظة) أو مدينة أو بلدية، وتعنى هذه الصحف بالدرجة الأولى بنشر أخبار الإطار الجغرافى أو الإقليم الذي تصدر فيه والأخبار التى تهم الناس المقيمين فى ذلك الإقليم، هذا بخلاف الصحف القومية أو العامة التى توزع فى كل أنحاء الدولة، ولا تركز على إقليم معين، وتعد صحيفة البلدية أو المحافظة أو الإقليم هى الصحيفة الأولى فى التوزيع فى الإقليم الذى تصدر فيه وتعبر عنه.

2 - وتعرف الإدارة العامة للمطبوعات بالهيئة العامة للاستعلامات بمصر الصحف الإقليمية بأنها: الصحف الصادرة عن المحافظات والهيئات والنقابات فقط، أما الصحف التى يصدرها الأفراد فلا تعد فى عرف هذا المفهوم صحفاً إقليمية [3]

---

(1) كرم شلبى : معجم المصالحات الإعلامية، (القاهرة: دار الشروق ، 1989)، ص 344
(2) طارق سيد أحمد: الإعلام المحلى وقضايا المجتمع مرجع سابق، ص75.
(3) منير حجاب: مرجع سابق، ص7.

3 -يعرفها إبراهيم المسلمى بأنها: الدوريات العامة التى تصدر فى أقاليم الجمهورية (أى الدولة) فيما عدا العاصمة السياسية للبلاد وتكون موجهة لمواطنى الإقليم، الذى تصدر وتوزع فيه معبرة عن مشاكل جماهير هذا الإقليم وأخبارها وأرائها، وآمالها(1).

4 -وتعرفها ليلى عبد المجيد بأنها: صحف تصدر فى دائرة جغرافية محدودة قد تكون وحدات إدارية أو محافظات أو منظمات شعبية وتخاطب مصالح واحتياجات واهتمامات سكان هذه الدوائر الجغرافية (2).

5 -يعرف عبد العزيز الغنام الصحافة الإقليمية بأنها: الصحف التى توزع داخل الأقاليم (المحافظات أو المدن) التى توزع فيها ويكون هذا الإقليم إما مديرية أو مركز أو إقليما جغرافيا.(3)

6 -ويعرفها محمود علم الدين بأنها: عملية إصدار مطبوعات بصفة دورية وتشمل المطبوعات الجرائد (الصحف والمجلات العامة والمتخصصة، التى تختلف فى دوريتها من يومية إلى أسبوعية بالنسبة للجرائد (الصحف)، ومن الأسبوعية إلى الشهرية بالنسبة للمجلات، وهذه المطبوعات تتسم بالتوجه إلى مدينة أو منطقة أو إقليم معين داخل الدولة الواحدة، وبالتالى يكون توجه المضمون إقليميا أو محليا بمعنى أنه يركز على تغطية شئون المدينة أو المنطقة

(1) إبراهيم عبد الله المسلمى: الصحافة الإقليمية مرجع سابق ص30.
(2) ليلى عبد المجيد: واقع الصحافة المحلية فى مصر ، (القاهرة : كلية الإعلام ، مجلة بحوث الاتصال ، العدد الثالث ،يوليو 1990) ص25.
(3) عبد العزيز الغنام: مدخل إلى علم الصحافة (القاهرة: الإنجلو المصرية، 1992) ص109.

أو الإقليم، واهتمامات جمهورها، إلى جانب اهتمام محدود بتغطية بعض الشئون القومية ذات التأثير أو العواقب على عامة الجمهور.[1]

7 -ويعرفها محمود حسن إسماعيل بأنها: الدوريات التي تصدر بناء على ترخيص من جهة مسئولة وتوزع في إقليم من أقاليم الجمهورية- محافظة أو مدينة من الدولة (عدا عاصمة الدولة السياسية) وقد تكون محافظة أو أكثر أو مدينة أو مركز أو قرية أو مجموعة قرى تخاطب جمهورا محدودا ومتناسقاً جغرافياً واجتماعياً واقتصادياً وثقافياً معبرة عن آرائه ملبياً لحاجاته ومتطلباته.[2]

8 -ويعرفها كرم شلبي بأنها الصحيفة الأولى التي توزع في الإقليم الذي تصدر فيه وتعبر عنه.[3]

9 -ويعرف السيد بهنسي وسائل الإعلام الإقليمى وبما فيها الصحافة الإقليمية بأنها أجهزة إعلامية تخدم مجتمعا محليا وتبث وتنشر مضمونها إلى مجتمع خاص يعيش فى نطاق جغرافى محدد لمساحة مجتمع متناسق من النواحى الاقتصادية والاجتماعية والثقافية بحيث يشكل نطاقا إنسانياً متجانساً رغم الفروق الفردية بين أفراده، وتقوم هذه الوسيلة بإمداد مجتمعها المحلى بالأخبار والمعلومات التى تهمهم، وهى تستمد هويتها من طبيعة المجتمع وقضاياه، وجمهورها المستهدف هو أفراد المجتمع المحلى وقد يكون سكان

---

(1) محمود علم الدين: إمكانات الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى تطوير الصحافة الإقليمية فى مصر (القاهرة : كلية الإعلام،مجلة بحوث الاتصال ، العدد العاشر، ديسمبر ، 1993) ص140.

(2) محمود حسن إسماعيل : الطفولة والشباب فى الصحافة الإقليمية- دراسة تطبيقية لمجلة صوت الشرقية 1963-1993، ندوة الممارسة الديمقراطية ودورها فى تطوير الصحافة الإقليمية، (القاهرة : المجلس الأعلى للصحافة ، 1994) ، ص4.

(3) كرم شلبى: مرجع سابق، ص486.

قرية واحدة أو مجموعة قرى متقاربة متجانسة أو مدينة صغيرة أو مدن صغيرة متقاربة متجانسة. (□)

ويعرف العاملون فى مجال الصحافة والإعلام الصحافة الإقليمية بناء على اتجاهاتهم المهنية والشخصية حيث أنها تختلف من شخص لآخر ومن بين **تلك التعريفات ما يلى:**

1- **يعرف يحى أبو بكر :** الصحافة الإقليمية بأنها الصحف التى تخدم جمهورا محليا محدودا ومتناسقا من النواحى الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية وتلبى احتياجات الجهة المتميزة، وتعبر عن رغباته وأفكاره وأرائه، ولابد أن ترتبط فى أدائها لوظيفتها الإعلامية بالهيئات والتنظيمات المحلية، حكومية وشعبية (□).

2- **وعرفها جلال الدين الحمامصى :** بأنها الصحف التى تصدر وتوزع فى نطاق المحافظات وتنشر الأنباء المتصلة بالمحافظ وكبار الموظفين ومشاكل المحافظة- المدينة أو المركز وهى التى لا تجد لها مكانا فى الصحف التى تصدر فى العاصمة أو الصحف التى يطلق عليها الصحف المركزية، وإن وجدت الموضوعات المتعلقة بالمحافظات فتكون موجودة فى ركن داخلى من الصفحات الداخلية ليس فى ركن أساسى، ولكنها توجد فى الركن الأساسى فى الصحف المحلية التابعة لتلك المحافظة، والتى تتولى مخاطبة أبناء المجتمع المحلى. (□)

---

(1) السيد البهنسى حسن : وسائل الإعلام المحلية فى مصر نشأتها وتطورها، (القاهرة، : دار أبو المجد ، 1998) ، ص18- 19.

(2) يحيى أبو بكر وآخرون: الصحافة المحلية فى مصر: دراسة استطلاعية فى القارئية والمقروئية، (القاهرة: الجمعية المصرية للاتصال من أجل التنمية، 1987) ص2.

(3) جلال الدين الحمامصى: المندوب الصحفى، ط3 (القاهرة: دار المعارف، 1988) ص46.

3- ويعرفها سلامة أبو زيد: بأنها الصحف التى تعبر عن مشكلات ومطالب واحتياجات المجتمع المحلى، وهذه الصحف لها رسالتها ودورها فى تنمية المجتمع المحلى وتطويره لتحقيق أهداف المجتمع على مستوى الدولة وتقوم ببناء الوعى الوطنى لدى أفراد المجتمعات المحلية، وحث المواطنين للمشاركة فى حل المشكلات المحلية بالجهود الذاتية وتطوير وتنمية الثقافة الوطنية، ودعم القيم الإيجابية المحلية وإبراز التراث الثقافى المحلى، ويرى أن الصحافة الإقليمية هى حلقة اتصال بين المواطنين وأفراد المجتمع المحلى وبين الجهازين الشعبى والتنفيذى داخل المجتمع المحلى.(1)

4- ويعرفها أحمد بشير أحمد المدنى : أحد الإعلاميين السودانيين بأنها: تلك الصحافة التى تعبر عن مجتمعات قروية ريفية محضة ويطلق عليها أيضا صحافة الأرياف ، وكذلك يعرفها بأنها تلك الصحافة التى ظهرت فى الأقاليم والمناطق وتعبر فقط عن إنسان المنطقة أو الإقليم وقضاياه وهمومه (2)، وبعد العرض السابق لمفهوم الصحافة الإقليمية يتضح أن الصحافة الإقليمية هى الصحافة التى يتوافر لها المقومات الآتية(3):

1- يحررها أبناء الإقليم الذى تصدر فيه.

2- تطبع داخل الإقليم بالإمكانيات الفنية المتاحة.

3- توزع داخل النطاق الجغرافى للمحافظة أو المدينة أو المقاطعة ....إلخ.

---

(1) سلامة أبو زيد :الصحافة الحزبية الإقليمية، دراسة حالة على جريدة صوت المصريين، ندوة حول: نحو صحافة إقليمية متطورة، (القاهرة: المجلس الأعلى للصحافة 4-6 ديسمبر 1989) ص2.

(2)*www. Copyright Al Rayaam Newspaper, all rights reserved, 2002 ,29-10-2005.*

(3) منير حجاب: مرجع سابق، ص13-14.

4- توجه إلى جمهور يرتبط بها ويشعر أنها ملك له سواء على مستوى المحافظة أو المركز او القرى، أو على مستوى القطاعات الإدارية داخلها.

5- تقدم الأخبار والموضوعات التى تهم هذا الجمهور المحلى ومتعلقة بالبيئة المحلية وشرحها وتفسيرها.

6- تستخدم لذلك كل الأساليب الفنية والصحفية وبصورة تعكس الطابع المحلى للمجتمع.

7- وتستهدف من ذلك: تكوين رأى عام يعمل من أجل مجتمعه الإقليمى أو الريفى أو المحلى وتطويره.

ويرى الباحث أن التعريفات السابقة للصحافة الإقليمية من جانب الاتجاه الأجنبي والاتجاه العربي أنها تميل بالدرجة الأولى إلى التأكيد على الحدود والنطاق الذى تصدر فيها هذه الصحف حيث حددت فى جميعها بأنها تصدر فى إقليم من الأقاليم أو مدينة من المدن أو منطقة من المناطق القروية أو ولاية من الولايات أو مقاطعة من المقاطعات دون أن تصل إلى العواصم.

أى بمعنى أن هذه الصحف تبدأ من المجتمعات المحلية وتنتهى إليها ومن **أهم ما تشير إليه هذه التعريفات ما يلى:**

- تبرز التعريفات الأهداف والوظائف التى تقوم بها الصحف الإقليمية داخل المجتمعات المحلية ودورها فى تحقيق الاتصال ذو الاتجاهين وقدرتها على إتاحة فرصة المشاركة فى الرقى بالمجتمع المحلى من قبل أفراده.
- أن معظم التعريفات تفرق بين الصحف الإقليمية التى تصدر فى الأقاليم أو المحافظات أو الولايات، أو المقاطعات أو المدن الصغيرة وبين الصحف

القومية الكبرى من حيث الإمكانات المادية والتكنولوجية وعدد الطبعات والجمهور المستهدف.

- أنها تحدد الجمهور القارئ لهذه الصحف وهو جمهور المجتمع المحلى.
- أن معظم التعريفات تجمع بين حدود إصدار الصحف الإقليمية وبين الوظائف التى تقوم بها وبين أهدافها.
- إن الصحافة الإقليمية تشمل الصحف والمجلات التى تصدر فى النطاق المحلى.
- إن الصحف الإقليمية تتحدد وفقا لثلاثة عوامل أساسية **أولها**: هى طبيعة السكان بكل دولة وهو ما يمكن أن نطلق عليه الجغرافية البشرية **وثانيهما**: الطبيعة أو الوضعية الجغرافية للدولة، **وثالثهما**: النظام السياسى والاقتصادي الذى يحكم الدولة التى تصدر فيها الصحيفة الإقليمية.
- أن الصحف الإقليمية ليس لديها مراسلون بالمدن التى لا تصدر فيها على عكس الصحف القومية التى لها مراسلون فى مدن عديدة وأحيانا تبعث بمراسليها فى مهام خاصة.
- الصحف الإقليمية هى التى تهتم فقط بالأخبار والأحداث والمقالات والتحليلات التى تدور فى نطاق صدورها على عكس الصحف القومية التى تهتم بالأخبار والأحداث والموضوعات القومية والدولية.
- الصحف الإقليمية تعتمد على خدمات أبناء المجتمع المحلى الذى تصدر فيه بما تقدمه من معلومات.

ثانيا: أنواع الصحافة الإقليمية:

إن تحديد أنواع الصحف الإقليمية يرتبط بمفهومها وأوقات صدورها والمكان الذى تصدر فيه، وكذلك بناء على ملكيتها ووضعيتها الإدارية بالدولة التى تنتمى إليها بالإضافة إلى مستوى انتشارها وتوزيعها، ولذلك يعتمد الباحث فى عرضه لتقسيمات أنواع الصحف الإقليمية على كل هذه الاعتبارات، **وبالتالى يمكن تقسيمها على النحو التالى**:

أ- التقسيم وفقا لطبيعة المحتوى: حيث تنقسم الصحف الإقليمية من حيث محتواها إلى:

- **الصحف الإقليمية العامة** ، وهى تلك الصحف التى يتناول مضمونها ومحتواها كل ما يهم شئون النطاق الجغرافى الذى تصدر فيه ولا تتناول موضوعات تركز على فئة معينة دون الأخرى وبالتالى هى تهتم وتركز على القضايا العامة ذات العلاقة والصلة المباشرة بالمجتمع المحلى(1).

-**الصحف الإقليمية الحزبية**: وهى تلك الصحف التى تصدر عن حزب معين وتتناول قضاياه وتتبنى أهدافه وسياساته، وبالتالى تقوم بمعالجة الموضوعات ذات العلاقة بالحزب وأفراده ولكنها تصدر فى نطاق جغرافى معين ومحدد.

-**الصحف الإقليمية الفئوية** : وهى تلك الصحف التى تصدر وتخاطب فئة معينة من فئات المجتمع الذى تصدر فيه مثل صحف النقابات المحلية والهيئات والجمعيات المحلية أيضا.

---

(1) محمد سالم موسى المنفى : مرجع سابق ص 260.

-**الصحف الإقليمية المتخصصة** : وهى تلك الصحف التى تهتم وتتناول وتعالج الموضوعات المتخصصة وكذلك تخاطب شرائح متخصصة وأحيانا تخاطب الجمهور العام وذلك حسب الموضوعات التى تتناولها، مثل المجلات والصحف التى تصدر عن المؤسسات التجارية فى النطاق الجغرافى الذى تصدر فيه.

ب- التقسيم وفقا لأوقات الصدور: وتنقسم الصحف الإقليمية وفقا لأوقات صدورها إلى(1):

- **الصحف الإقليمية اليومية** : وهى الصحف التي تصدر يوميا في النطاق الجغرافي محدد.

- **الصحف الإقليمية الأسبوعية** : وهى الصحف التي تصدر مرة واحدة في الأسبوع في نطاق جغرافي محدد.

- **الصحف الإقليمية النصف شهرية**: وهى تلك الصحف الإقليمية التي تصدر مرتين خلال الشهر في حدود نطاقها الجغرافي.

- **الصحف الإقليمية الشهرية**: وهى تلك الصحف التي تصدر مرة واحدة كل شهر في إطار حدودها الجغرافية التي تصدر فيها.

ج- **التقسيم وفقا للملكية والوضعية الإدارية**: وتنقسم الصحف الإقليمية من حيث الملكية والوضعية الإدارية إلى:

---

(1) محمد سالم موسى المنفى : مرجع سابق ص 262

- **الصحف الإقليمية الحكومية**: وهى الصحف التي تدعمها وتمولها وتشرف عليها وتديرها الجهات والسلطات الحكومية سواء أكانت على مستوى نطاقها الجغرافي أم على مستوى الدولة، وبصورة مباشرة أو غير مباشرة.

- **الصحف الإقليمية غير الحكومية**: وهى التي تصدرها جهات ومؤسسات وهيئات غير حكومية وتشمل ما يلي:

1- **الصحف الإقليمية التي** تصدرها الجمعيات التعاونية والإدارية والشركات والنقابات وغيرها من أشكال الملكية الجماعية وتصدر هذه الصحف في نطاق جغرافي محدد.

2-**الصحف الإقليمية الخاصة**: وهى الصحف التي تصدر في نطاق جغرافي محدد ويقوم بالإشراف عليها وتمويلها وإدارتها أفراد معنيون بالمجتمع لحسابهم الخاص.

وعلى الرغم من هذه التقسيمات التى تشتمل على أنواع الصحف الإقليمية إلا أنه ليس بالضرورة أن تكون موجودة فى وقتنا الحاضر، ولكن هذه التقسيمات تعطى الفرصة لاحتواء جميع أنواع الصحف الإقليمية التى من الممكن أن يتم إصدارها مستقبلا أو أنها تصدر حاليا.

ثالثاً: وظائف الصحافة الإقليمية:

إن الحديث عن وظائف الصحافة الإقليمية يفرض علينا ضرورة استعراض وظائف الصحافة العامة بشكل موجز على الأقل باعتبار الصحف الإقليمية وجها آخر للصحافة العامة ومن هذا المنطلق نجد أن العديد من باحثى الاتصال والخبراء المتخصصين وأساتذة الاتصال والإعلام قد تحدثوا عن وظائفه ا

تفضيلا ومن بين هؤلاء حدد العالم السياسى هارولد لاسويل *Harold lasswell* فى أواخر الأربعينات من القرن العشرين وظائفها فى ثلاثة مؤشرات تمثلت فى (1):

- مراقبة البيئة المحيطة: وذلك بنشر ومعالجة المعلومات المتعلقة بالمجتمع والمحيط الذى تصدر فيه.
- العمل على ترابط أجزاء المجتمع ووحداته فى مواجهة البيئة.
- الاهتمام بنقل التراث الثقافى بكافة أبعاده بين الأجيال المختلفة.

ويرى شارلز رايت "*Charles Wright*" بالإضافة إلى الوظائف السابقة التى أشار إليها لاسويل أن للصحافة وظيفة هامة وهى التسلية أو الترفية.

ويرى البعض أن الصحافة تقوم بالعديد من الوظائف التى تعكس مختلف الأنشطة بالمجتمع وتحقق للإنسان إشباعاته واحتياجاته ورغباته حيث أنها إحدى أهم وسائل الإعلام التى يعتمد عليها أفراد المجتمع على اختلاف مستوياتهم، ويتفق العديد من المهتمين بالصحافة على مجموعة من الوظائف التى تقوم بها الصحافة وتتمثل فيما يلى (2):

- **وظيفة الاستطلاع أو المراقبة البيئية وهذه الوظيفة تنقسم إلى شقين هما:**

1- **الاستطلاع التحذيرى**: ويتعلق بنشر الصحف للمعلومات حول المخاطر التى تهدد المجتمع فى كافة المجالات.

---

(1) شاهيناز محمد طلعت: وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية: دراسات نظرية مقارنة وميدانية فى المجتمع الريفى، ط2، (القاهرة: الأنجلو المصرية، 1986) ص111- 114.
(2) السيد البهنسى حسن: مرجع سابق، ص 220

2- **الاستطلاع الأدائى أو الخدمى** :وهو يتعلق بنشر المعلومات التى يستفيد منها أفراد المجتمع بما يخدمهم ويحقق لهم العديد من اهتماماتهم ورغباتهم.

- الوظيفة الإخبارية:وهذه الوظيفة تقوم بإشباع رغبة الفرد من حيث الاستطلاع لمعرفة الأخبار والأنباء المتعلقة بمجتمعه وبيئته الداخلية والخارجية ويشترط **في هذه الوظيفة للصحافة الأتي** :-

- **التزام الموضوعية** : حيث أنها ركن أساسى للعمل الصحفى ولتحقيق هذا المبدأ لابد من التحقيق فى صحة المعلومات، ولابد أن نفرق بين عدم كفاية الموضوعية لأسباب خارجة عن الإرادة وبين التحريف المعتمد من الصحفى.
- **التزام الوضوح**: وهو الوضوح فى العرض والتناول حتى يتحقق الفهم لمحتوى الرسالة الصحفية ، ولكن على الصحفى أن يتجنب خطر التبسيط الذى قد يؤدى إلى التحريف.
- **التزام التكامل** : وذلك بمتابعة الموضوعات التى تتم معالجتها من بدايتها وحتى نهايتها واستكمال عناصرها.
- **وظيفة الشرح والتفسير والتحليل** : تقوم الصحافة بتقديم المعلومات والأخبار عن الأحداث التى تتناولها فى شكل أخبار ومن ثم تقوم بتحليل وتفسير وشرح هذه المعلومات والأخبار والتعليق عليها بحيث يسهل فهمها واستيعابها من قبل الجمهور، وذلك بتقديم الخلفيات وشرح المصطلحات غير الواضحة لدى الجمهور(1).

---

(1) فاروق ابوزيد: مدخل إلى عالم الصحافة ،ط2(القاهرة : عالم الكتب ،1998) ص67-68

- **وظيفة الرأى العام** : تقوم الصحافة بنقل أراء وأفكار الجمهور، والمواقف المتعددة والتى فى مجملها تكون الرأى العام، من خلال نشرها بالصحف تشكل رسائل تثير اهتمامهم ورغباتهم فى متابعة الأحداث والوقائع التى تتعلق بمصالحهم.
- **وظيفة الرقابة على مؤسسات المجتمع** : تقوم الصحافة بوظيفة الرقابة على مؤسسات المجتمع من خلال نشره للمعلومات التى تتعلق بالتجاوزات التى قد يرتكبها بعض المسئولين، حيث أنها تسلط الضوء عليها وتقوم بمحاربتها والإعلان عنها.
- **وظيفة توحيد الأمة وتحقيق التماسك والترابط**: إن الصحافة تقوم بدور هام فى تحقيق الوحدة بين أفراد المجتمع حيث تعمل على تعميق الإحساس بالهوية والتميز الحضارى والثقافى للمجتمع وأفراده من خلال نشر المعلومات ذات العلاقة بالرموز التاريخية فضلا عن نقل التراث الثقافى من جيل إلى جيل. (1)
- **وظيفة التنمية الثقافية** : تساهم الصحافة فى تنمية ثقافة المجتمع وبنائها من خلال نشرها للأخبار والموضوعات المختلفة التى تساهم فى رفع مستوى الوعى لأفراد المجتمع وتساعدهم فى تكوين القيم والمعتقدات والأفكار الإيجابية.
- **الوظيفة التنموية** : تعمل الصحافة على تركيز خدماتها لنشر المعلومات والقضايا والموضوعات المتعلقة بالتنمية والمشكلات التى تواجهها، فضلا عن

---
(1) *www.yabeyrouth.com/pages/index3374.htm29-5-2006*

أنها تساعد فى تحقيق العملية التنموية بالمجتمع من خلال تركيزها على قضايا معينة دون الأخرى بهدف تحقيق التنمية فى المجالات الأساسية التى يحتاج إليها المجتمع.

- **الوظيفة الدبلوماسية غير الرسمية** : تؤدى الصحافة هذه الوظيفة من خلال مراسلى الصحف الذين يقومون بحضور العديد من المؤتمرات الصحفية مع القادة والزعماء والرؤساء. الأمر الذى يؤدى إلى بلورة الأفكار والاتجاهات بطريقة تخدم المجتمع وأفراده وتحقق نوعا من التفاهم وتبادل الآراء والاتجاهات.
- **الوظيفة التسويقية**: تؤدى الصحافة هذه الوظيفة من خلال نشر الإعلان عن السلع والمنتجات والخدمات على صفحاتها وفى بعض الأحيان تقوم بنشر الأفكار التجارية عن طريق الحوارات والمقابلات مع الشخصيات.
- **الوظيفة الترفيهية**: تؤدى الصحافة هذه الوظيفة من خلال نشرها للمضمون المتنوع المتعلق بالكاريكاتير والرسوم الهزلية والساخرة، والمضامين التى تساهم فى عملية الترفيه للقارئ بأشكالها المختلفة، فضلا عن التركيز على الموضوعات ذات الطابع الإنسانى الذى يخلق نوعا من الارتياح لدى القارئ. (□)
- **وظيفة الخدمات العامة** : من بين الوظائف التي تقدمها الصحافة الآن وظيفة الخدمات العامة، أي تزويد القارئ بأخبار صحفية وموضوعات تخدمه في حياته، ويحصل على فائدة مباشرة منها ويدخل في نطاق مهمة الخدمات العامة أخبار المواطنين بمواعيد شركات الطيران الوطنية وبأخبار السينما

---

(1)*www. Afrahafrah.maktoobblog.com/25* /وظائف-ألصحافة/ *16/11/200*

والمسرح ومواعيد المحاضرات العامة وأماكنها والنشرة الجوية وإعلانات الوظائف والإعلانات التجارية ، وأخبار الأسواق المحلية والعالمية وأخبار أسواق الأوراق المالية والمعاهدات التجارية إلى غير ذلك الكثير، وبذلك فهي توفر على المواطن كثيرًا من العناء في عملية البحث عن حاجياته اليومية وتنقل له أخبارها داخل منزله ، مؤدية بذلك خدمة عامة ،وهناك تيار صحفي الآن يطلق عليه تيار صحافة الخدمات ينتشر في الصحافة في العالم ويعالج الأحداث والأفكار من زاوية أو من وجهة نظر فائدة القارئ المباشرة .

- **وظيفة توثيق الأحداث** :نجم عن الوظيفة التقليدية للصحافة وهي الإعلام أو الأخبار، وظيفة جديدة هي التوثيق فسرعة تطور العلم الحديث تجعل المؤلفات الانسيكلوبيدية أو الموسوعية وكذلك القضايا والموضوعات التي تعالجها الكتب حقائق قديمة، وهكذا تجد الصحافة المعاصرة نفسها، وقد اسند إليها دور تجديد المعلومات والمعارف وملاحقتها، وذلك بفضل دوريتها التي تسمح لها بالقيام بهذا الدور خير مما يقوم به الكتاب الذي لا تتم عملية طبعه بسرعة دورية الصحيفة، فضلاً عن أن عدد قراء الكتاب أقل بكثير من عدد قراء الصحيفة.

وقد شهد ربع القرن الأخير ما يمكن أن نسميه بثورة المعلومات التي تجاوزت كل توقعات المؤرخين، ولم يعد في قدرة الكتاب المطبوع بشكله المعروف أن يلبي حاجة المؤرخين إلى رصد الوقائع التاريخية المتلاحقة أو متابعتها، وهو الدور الذي نجحت الصحافة في القيام به ، فالصحافة اليومية تقدم للمؤرخ وقائع الحياة الاجتماعية في حركتها اليومية في حين تقوم المجلات الأسبوعية بتلخيص هذه

الوقائع وتحليلها، والصحفي يكون مصدراً رئيسي اً للمؤرخ حين يتعلق الأمر بتسجيل وقائع الحياة اليومية أو حين يتعلق الأمر برصد الاتجاهات الفكرية للأحزاب والأفراد أو حين يتعلق الأمر بدراسة تاريخ الصحافة نفسها.

- **والصحافة كمصدر للتاريخ تقوم بوظيفتين** : **أولاهما** : رصد الوقائع وتسجيلها ووصفها والاحتفاظ بها للأجيال المقبلة كي تعتبر أحد مصادر التاريخ **وثانيتهما**: القيام بقياس الرأي العام وآراء الجماعات والتيارات المختلفة إزاء وقائع أو قضايا تاريخية معينة .

وتأسيسا على ما سبق ولما تؤديه الصحافة العامة من وظائف بشكل أو بأخر ولكون الصحافة الإقليمية صورة من صور الصحافة العامة وأنها امتداد لها، فإنها تستطيع أن تؤدى نفس الوظائف السابقة الذكر، ولكن على المستوى المحلى أو الإقليمي الذي هو أساس المجتمع العام، وذلك لما تمتاز به من صفات وخصائص أهمها صلتها المباشرة بالجمهور وقدرتها على الاقتراب من أفراد المجتمع والتعرف على مشكلاتهم.

ويقول سليمان صالح أن البشرية تحتاج إلى نوعية من المضمون الذي يعيد للجمهور حقه في الحصول على المعلومات والمعرفة التي تجعله يشعر بأنه يعيش بالمجتمع كإنسان وتساعده على أن يكون مواطنا في المجتمع وليس مجرد مستهلك وأن يكون قادرا على المشاركة المباشرة وبفعالية في شئون مجتمعه من خلال ما تؤديه وسائل الإعلام(□).

(1) سليمان صالح: الإعلام الدولى، ط1، (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003) ص92.

وعليه فإن الصحافة الإقليمية وسط هذا الكم من وسائل الإعلام المختلفة هي الأقدر على أداء هذه الوظائف بالشكل الذي يتناسب مع متطلبات الجمهور المحلى.

وعلى هذا الأساس فإنه من المتوقع أن تقوم الصحافة الإقليمية بتلك الوظائف المجتمعة والشاملة، وقد تسيطر إحدى هذه الوظائف على الأخرى أو وظيفتين أو ثلاث إلا أنها على وجه العموم تسير جنبا إلى جنب وتختلط وتتشابك فتتعاون تارة وتتعارض تارة أخرى، وأنه من الصعوبة بمكان، بل من المستحيل فصلها عن بعضها البعض فصلاً تاماً ولكن هذا يرتبط بطبيعة وجودها في مجتمعها فإن للصحافة الإقليمية في دول العالم قدرا عظيما من حيث الانتشار وسلامة الأساس الاقتصادي كما هو الحال فى أمريكا، وروسيا، ودول أوربا وغيرها.

فهي متقدمة تقدماً كبيراً سواء فى الطباعة أم التحرير أم التوزيع أم الإمكانيات البشرية، أما فى الجانب الآخر من العالم (العالم العربى والشرق الأوسط) فإن الصحف الإقليمية وإن وجدت تكون قليلة الشأن ولا يعول عليها كثيرا لضيق نطاق توزيعها ولقلة الاهتمام بها من قبل الجهات المختصة وعدم وضعها في الاستراتيجيات التي تهدف إلى الإصلاح في مختلف المجالات، ذلك أن زيادة الثقافة يتطلب ازدياد العناية بالصحف الإقليمية .

وهذا الرأي هو ما ذهب إليه إبراهيم إمام وما يؤكده خليل صابات (□) من أن أغلب البلاد النامية لا نجد فيها إلا الصحف التي توزع على مستوى الدولة

---

(1) إبراهيم إمام، خليل صابات: مرجع سابق ،ص 112

أما الصحف الإقليمية فلا يوجد الاهتمام بها ولا إعطائها القدر الكافى من الانتشار.

ويمكن القول بأن هناك العديد من المقومات التى تؤدى إلى ذيوع وانتشار الصحافة الإقليمية فى دول العالم المختلفة، قد تكون نتيجة لعوامل خارجية مستقلة تفرض على الدولة مثل تعدد اللغات واللهجات المحلية، ثم عوامل إيجابية من قبل الدولة لتشجيع ذلك النوع من الصحافة برفع القيود عنها مثل: قيود التأمين المفروضة عليها، وتأتى بعد ذلك العوامل الداخلية لكل صحيفة إقليمية وتتعلق بالتقدم التكنولوجى والآلية التلقائية، والاهتمام الرئيسي بالإقليم الذى تصدر فيه.

وعلى الرغم من الصعوبات التى تتعرض لها الصحف الإقليمية فإنها تقوم **بمجموعة من الوظائف أهمها ما يلى:**

- **وظيفة إمداد الجمهور المحلى بالمعلومات** : فهى تلعب دورا هاما فى توفير المعلومات عن السكان المحليين والموضوعات المحلية والمؤسسات الموجودة فى المنظمة وقوائم المستشفيات وبرامج المكتبات وأخبار الشرطة المحلية ونشرات الأسواق، وتقارير المال والاقتصاد وأخبار الطقس، وأحيانا صفحات خاصة ببريد القراء والمرأة والرياضة والأطفال.

وهذا يعنى أن الصحف الإقليمية تهتم بنشر أخبار المجتمع المحلى وأخبار الإقليم أو المحافظة أو الولاية، وقد تنشر الأخبار الوطنية أو الدولية ذات الصلة بالمجتمع المحلى في مساحات صغيرة، لاعتماد القراء على الصحف القومية والإذاعات والتليفزيون في معرفتها.

- **وظيفة تكوين الرأي العام** : للصحافة الإقليمية دور كبير فى تكوين الرأى العام المحلى والاهتمام بالأسرة وكل ما يتعلق بها من بناء منازل ومساكن ومدارس ومستشفيات والملاعب الرياضية، وأسعار الأغذية ونشر تقارير الأحداث والوقائع التي تقع فى نطاقها الجغرافى والشرطة والتحقيقات القضائية. (1)

-**وظيفة صقل المواهب**: تعد الصحف الإقليمية الأسبوعية أو الصحف الإقليمية اليومية، المدرسة التى يبدأ فيها الصحفى المبتدئ حياته الصحفية حيث يلم بجوانب العمل الصحفى فيها ويتعلم قسطا كبيرا من فنون الصحافة، وتقدم للمبتدئين الفرص الكبيرة للظهور ولاختبار قدراتهم العملية.

وبصفة عامة تلخيص وظائف الصحافة الإقليمية فيما يلى:

1- نشر الأخبار الإقليمية والموضوعات ذات الصلة المباشرة بالمجتمع المحلى وتقديم المعلومات الكافية حولها بصورة تتوافق ومستويات الجمهور المحلى.

2- اتساع مقدرة الصحف الإقليمية على بلورة الرأى العام فى المناطق والأقاليم والمدن والمحافظات التى تصدر فيها وتشكيله بين المتعلمين(2).

3- الاهتمام بالأسرة، وبالترابط الاجتماعي الوثيق ودعم مفهوم التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع المحلى.

4- تساهم فى الإرشاد الزراعى بالنسبة للأقاليم والمناطق التى تهتم بالزراعة من خلال المعلومات التى تقدمها حولها.

---

(1) منى سعيد الحديدى، سلوى إمام على: الإعلام والمجتمع، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، 2004م) ص91.

(2) منى سعيد الحديدى، سلوى إمام على: الإعلام والمجتمع،مرجع سابق ص96.

5- أنها تشجع الاتجاه نحو مشاركة أفراد المجتمع المحلى الذى تصدر فيها فى الشئون المتعلقة بمجتمعهم ودمجهم فى عملية التنمية المحلية عامة والتنمية البشرية بالأخص(□).

6- أنها تعمل على دعم اللامركزية والديمقراطية فهى تسمح لجميع الأفراد بالتعبير عن رأيه بحرية كاملة.

7- أنها تدعم اتخاذ القرارات التى تكمن وراء معظم التغيرات فى المجتمع وذلك من خلال نقل وجهات نظر أفراد المجتمع المحلى وتوجهاتهم واتجاهاتهم إلى الجهات المختصة وصناع القرار(□).

8-أن الصحف الإقليمية بما فيها من سمات وخصائص لغوية فهى من أكبر محركات التنمية الوطنية عامة والتنمية البشرية خاصة فهى تخدم الصفوة المتعلمة وتخدم المتعلمين الجدد وتساعدهم على أن يحسنوا مستواهم وقدراتهم(□)

9- تساهم فى توعية المجتمع الذى تصدر فى نطاقه بالقضايا الأساسية فى تحضر المجتمع وتطوره مثل معالجتها لقضايا محو الأمية وتعليم الكبار وترشيد الاستهلاك وحماية البيئة والاهتمام بها.

10-أنها تقوم بالتغطية المتكاملة للأحداث والوقائع المحلية، والتى لا يكون هدفها هو التركيز على نقل المعلومات الجديدة بشكل سريع، بل تهدف إلى

---

(1) ليلى عبد الحميد: واقع الصحافة الإقليمية فى مصر، مرجع سابق، من ص20-31.

(2) ولبور شرام : أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية، دور الإعلام فى البلدان النامية، ترجمة محمد فتحى مرجع سابق، من ص166- 167.

(3) المرجع السابق: ص295.

تحليلها وتفسيرها وإدارة الحوار حولها ونقل أراء الجمهور والتركيز على الجوانب الإنسانية ذات الصلة المباشرة بهم.

11-أنها تقدم الموضوعات والقضايا بالتركيز على خلفيتها وارتباطها بالمجتمع الذى تصدر فيه بحيث يكمن للجمهور فهمه وتحديد مواقفه، ومتابعتها كذلك للأحداث بشكل يمنح الجمهور الحق فى الحصول على المعرفة الشاملة (□)

12-تعمل الصحافة الإقليمية فى اتجاه دعم الأهداف الوطنية والاستراتيجيات التنموية والخطط التربوية والاجتماعية التى تنمى المجتمع وتطوره وتحقق أهدافه وغاياته وبالتالى تزيد درجة وعى أفراده فى كافة جوانب الحياة (□).

وبناء على ما سبق فإن الصحافة المحلية من الممكن أن تقوم بوظائف عديدة ذات تأثير قوى بالمجتمع المحلى والمجتمع العام ولكن هذا يرتبط ارتباطا وثيقا بالوضعية التى تعمل من خلالها هذه الصحف حيث أن طبيعة النظام السياسى والإعلامى الذى تصدر فيه هو الذى يمنح الصحف المحلية التى تجعل منها وسيلة ذات أهمية فى بناء المجتمع وكذلك يرتبط الأمر بإمكاناته المادية والتكنولوجية التى تمتلكها الصحف المحلية تساهم فى ازدهارها والتخلص من القيود التى تفرض عليها ولذلك من الضرورى جدا العمل على مساندة الصحف الإقليمية وبالأخص فى وطننا العربى وذلك فى كافة الجوانب التى تضمن لهذه

(1) سليمان صالح: مرجع سابق، ص157.

(2) حسنى محمد نصر، وعبد الله الكندى: الإعلام الدولى، النظريات- الاتجاهات- الملكيةط 1 (الإمارات العربية المتحدة،: دار الكتاب الجامعى، 2003) ص61

الصحف الاستمرار والتقدم، ومواكبة العصر ومتطلباته بما يخدم مصالح المجتمع المحلى الذى تصدر فيه.

رابعاً : أهداف الصحافة الإقليمية:

إن غاية الصحافة أكثر من مجرد نقل الأنباء وكتابة القصص الإخبارية وإن كانت المهارة والكفاءة لذلك ضرورية إن هدفها له علاقة بأمر أساسي أكثر ضرورة، ألا وهو خدمة الصالح العام على المستوى الإقليمي والمركزي فضلا عن الأهمية التى تتمتع بها أصبح من الضروري جدا أن تسعى إلى تحقيق العديد من الأهداف التى تسهم فى عملية التنمية الشاملة بصورة عامة والتنمية المحلية بصورة خاصة، وذلك على نطاق المجتمع المحلى بالدرجة الأولى والمجتمع العام بالدرجة الثانية، وبالتالى تحقق التكامل بين المواطنين فى المجتمع ككل

ومن أهم الأهداف التى تسعى إليها ما يلى:

تهدف الصحافة الإقليمية إلى خدمة المجتمع، وذلك من خلال تعميق الإحساس بالجماعة والانتماء الوطنى بمختلف أبعاده، وهذا ما أشارت إليه الملكة "أليزابيث" فى خطابها بمناسبة الاحتفال بالعيد الذهبى والاحتفال السنوى لصحافة المجتمع بساقوى بلندن يوم 26-3-2002 بحضور 400 شخصية من الناشرين ورؤساء التحرير فى الصحافة الإقليمية حيث قالت: إنها تؤمن بأن الصحافة الإقليمية أدت دورا فى خدمة المجتمع إذ أنها تساعد الناس فى الإحساس بالجماعة والانتماء.

ويرى تيم بودلر *tim bowdler* نائب رئيس المجتمع والمدير التنفيذى لصحيفة *Johnston press plc* بأن أعظم الأدوار والمهام والأهداف التى تسعى

إليها الصحافة الإقليمية تكمن فى كونها تجمع الجمهور المحلى وتمنح الناس الإحساس بالانتماء رغم التأثير القوى للعولمة(□).

تهدف الصحافة الإقليمية إلى معايشة قضايا ومشكلات المواطن فى المجتمع المحلى وتشاركه بمعلوماتها الفاعلة في حلها والتصدى لها ويرى الناقد الشهير جارى لينكر *gary lineker* أن الصحف الإقليمية اهتمت بالحملات الصحفية التى تتعلق بقضايا تهم الجمهور المحلى والتى غيرت من حياته مثل ما قامت به صحيفة *News & star the Cumbrain* حيث نشرت البحوث العلمية التى تتعلق بأمراض السرطان وطرق مكافحته وعلاجه بهدف توعية الناس، حيث وصل الأمر إلى أنها كانت توزع أعدادها على الجمهور بشكل شخصى وعن طريق الفاكس(□)

تهدف الصحافة الإقليمية إلى تأهيل الكوادر الإعلامية والسياسية فى المجتمع المحلى فهى بالدرجة الأولى ، تعد ورش عمل يتعلم فيها الأفراد الكفاءات وفنون الاتصال، وتصقل مهارات قادة الرأى ومصلحى المجتمع المحلى ومواجهة الآثار السلبية للأمية التعليمية والثقافية، وتحسين المستوى الثقافى والإحساس بضرورة التنمية الشاملة (□)

تهدف الصحافة الإقليمية إلى شرح وتبسيط وتوضيح الخطط التنموية المراد تطبيقها وتنفيذها للجمهور المحلى بحيث يمكن التعامل معها والعمل على

---

(1) *http://www.newspapersoc.org.org. uk/ news- reports/ pr 2002/ annual-lunch.html-16-1-2004*

(2) *http://www.holdtherfront page. Co-uk/ behind/ alysis/ 0207251 loca1. shtm1. 4-42004*

(3) فاطمة يوسف القلينى: القيم كما تعكسها الصفحات المحلية: تحليل مضمون صفحة (المحليات) بجريدة الأهرام. ط1. (القاهرة: مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية وكلية الآداب وجامعة القاهرة 2002) ص82- 84.

تحقيقها بالمجتمع، فضلا عن أنها تهدف إلى نقل رغبات الجهات المختصة بالتخطيط والمنفذين للخطط بالصورة لها والتى تدفع أفراد المجتمع المحلى إلى المشاركة فى عملية التنمية الشاملة (1)

تهدف الصحافة الإقليمية إلى تسليط الضوء على الحقائق والوقائع والمعلومات المتعلقة بالمجتمع الذى تصدر فيه بطريقة مباشرة وليس بالإشارة أو التلميح بهدف كشف غموضها وإيصالها للجمهور لإدراكها وفهمها ومعرفة سبل وطرق التعامل معها، وهذا ما يمكن أن نسميه مصداقية الصحف الإقليمية، وهذا ما أشار إليه الرئيس الماليزى السابق محمد ماهتير فى حديثه عن الصحافة إذ يرى أنه من الضرورى لتحقيق التنمية الشاملة لابد أن تتناول الصحف الإقليمية الحقائق والوقائع بصورة متعمقة ومباشرة **وهذا يمثل مصداقيتها وهو يحدد لها ثلاثة أبعاد تتمثل في**: (2)

1-مصداقية القائم بالاتصال.

2-مصداقية المضمون الذى تنشره الصحف.

3-مصداقية الصحيفة فى التعبير عن احتياجات الشعب.

تهدف الصحافة الإقليمية إلى معرفة ما يجرى بالمجتمع المحلى من أحداث وقضايا وتقيس اتجاهات الجمهور نحوها بمصداقية ودقة وحياد، وتقدمها إلى صناع القرار بهدف اتخاذ القرار السليم والموقف الصحيح منها، وبالتالى رفع

---

(1) محمود عبد الرحمن: دور الصحافة الزراعية فى تناول بعض المشكلات الريفية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس :كلية الزراعة قسم الاقتصاد الزراعى 1988)، ص55.

(2) *http://yabeyrouth. Com/ pahes/ index3378.htm*

مستوى المجتمع وأفراده بما يخدم تحقيق التنمية الشاملة بشكل عام والتنمية المحلية بشكل خاص.

تهدف الصحافة الإقليمية إلى الإصلاح بمختلف أبعاده الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والتنموية، ومن خلال نقدها الايجابي للمواضع السلبية والممارسات الخاطئة بالمجتمع، والقيام بالرد عليها في معالجتها الصحيفة للقضايا بصورة موضوعية تؤدى إلى ترسيخ القيم النافعة للمجتمع.

تهدف الصحافة الإقليمية إلى توفير المعلومات للفرد في نطاقها الجغرافي المحصور في إطار صدورها وبالتالي فإنها تعد مصدراً هاماً للمعلومات بالنسبة لأفراد المجتمع المحلى دون غيرهم.

وتؤدى الصحافة الإقليمية أهدافها بناء على مجموعة من المعايير والأسس تتمثل فيما يلي[1]:-

- معاجلة قضايا المجتمع ومشكلاته التى تختلف باختلاف المكان الذى تصدر فيه.
- معالجة القضايا والمسائل القومية من وجهة النظر الإقليمية والتى تختلف بإختلاف النطاق الجغرافى الذى تصدر فيه الصحيفة الإقليمية.
- معالجة الخطط التنموية والتركيز عليها من الجوانب والزوايا الإقليمية.
- إبراز الصورة الإقليمية التى يرى فيها أبناء المجتمع المحلى قيمتهم واحتياجاتهم وآرائهم التى تعبر عنهم تعبيرا صحيحا وسليما.

---

(1) طارق سيد أحمد: الإعلام المحلى وقضايا المجتمع (الإسكندرية : دارة المعرفة الجامعية 2004)، ص220

مراعاة ضرورة نهج أساليب وأنماط تتناسب مع مستويات أفراد المجتمع المحلى عند معالجتها بالصحيفة للموضوعات والقضايا المختلفة بما يساعدهم على الوعى بها.

خامساً: دور وأهمية الصحافة الإقليمية فى تنمية المجتمعات المحلية:

الصحف فى عصرنا الحديث تعتبر حلقة الوصل بين الفرد والعالم الخارجى، لولاها لعاش الإنسان فى عزلة عما يجرى حوله، إذ لا توجد دائرة فى دوائر حياتنا الاجتماعية لا تغذيها الصحافة أو تمسها من قريب أو بعيد، والذين يقولون أنهم لا يطالعون الجرائد أياما بل أسابيع هم على الرغم من ذلك يتأثرون فى كل ساعة بها، لأن من حولهم يطالعونها وينقلون إليهم ما فيها من أخبار ومعلومات ومعارف، وقد شبهت الصحافة بمؤشر الثوانى على ساعة التاريخ لأنها تتناول مجرى الحوادث التى يتألف منها التاريخ فتحللها وتشرحها تدفعها الواحدة تلو الأخرى [1] وان الصحافة المحلية وسيلة إعلامية مهمة لإرضاء الجمهور المحلى وتسهم فى إشباع رغباته وفضوله فهى تمكنه من الاطلاع على ما يجرى بمحيطه الاجتماعي والجغرافى فضلا عن أنها تمنحه فرصة السيطرة على ظروف القراءة لموضوعاتها مما يتيح له إمكانية استيعاب ما تنشره من قضايا وإعادة النظر فى تفاصيلها وهذا ما تتميز به الصحافة عامة والصحافة الإقليمية خاصة عن الوسائل الإعلامية الأخرى [2]، **وبالتالى تكتسب الصحافة الإقليمية أهميتها في المجتمعات من خلال مجموعة اعتبارات تتمثل في ما يلى:**

(1) عبد الهادى والى : قضايا الإعلام والاتصال مرجع سابق، ص274

(2) سامية جابر: الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث،النظرية والتطبيق، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية 1999) ص109- 110

- الصحافة الإقليمية تنمى الترابط الاجتماعى بين أفراد المجتمع المحلى وتحافظ على الروح الاجتماعية بينهم

- الصحافة الإقليمية تعمق الصلة بين أفراد المجتمع المحلى وبين القيم والعادات والتقاليد والمبادئ السائدة فيه.

- الصحافة الإقليمية تسهم فى تنوير الجماهير المحلية وتحقق لديهم اليقظة والنمو التكيف الحضارى.

- الصحافة الإقليمية تكمن أهميتها فى أسلوب ونمط وطريقة معالجتها للقضايا والموضوعات والأخبار فهى تقوم بعملية انتقائها واختيارها واستبعاد ما تراه لا يتناسب مع المجتمع المحلى وأفراده، حيث إنها تسعى دائما لتقديم مادتها بما يتوافق والاتجاهات والقيم السائدة بذلك المجتمع(1)

- تكمن أهمية الصحافة الإقليمية من خلال دورها فى التشجيع على ممارسة الديمقراطية والنقاش الحر بعيدا عن الأجهزة الإدارية والتنفيذية على أساس أنها وسيلة من وسائل التعبير عن الرأى وكشف الأخطاء فى المجتمعات المحلية وكذلك هى الأقدر على إيجاد الحلول المناسبة للمشكلات التى يعانى منها النطاق الجغرافى الذى تصدر فيه وهى تختلف من نطاق لآخر وتستند فى ذلك إلى الظروف الاجتماعية والاقتصادية والبيئية المحلية فضلا عن أنها بمثابة حلقة الوصل بين المواطنين فى المجتمعات المحلية وبين مؤسسات الدولة الرسمية.

---

(1) عبد المجيد شكرى: الإعلام المحلى، رؤية مستقبلية، ط 1، (القاهرة: العربى للنشر والتوزيع، 2003م) ص44.

- تكتسب الصحافة الإقليمية أهميتها من كونها تأتى ضمن وسائل الإعلام المكتوبة التى تعد الأفضل للوصول إلى الجماهير المتخصصة والجماهير صغيرة الحجم وتمكنهم من تحقيق التفاعل والمشاركة السياسية وغيرها فى مختلف المجالات العلمية، لأن استخدام الوسائل الأخرى فى الوصول لهذه النوعية من الجماهير مكلف، وإن كان يعيب الصحافة القومية و الإقليمية والوسائل المطبوعة إن استخدامها والاستفادة منها يرتبط بمعرفة القراءة والكتابة [1].

-تكتسب الصحافة الإقليمية أهميتها فى مختلف دول العالم المتقدم من كونها عرفت كيف تواكب المنظمات الجديدة للقارئ العصرى، وبذلك من خلال قدرتها على الاستفادة من التحولات التكنولوجية فى مجال الصحافة القومية اليومية نظرا لأن غيابها أدى إلى تقليل فرص الأفراد والجماعات فى تلبية احتياجاتهم[2].

- تكتسب الصحافة الإقليمية أهميتها من خلال تعاملها المباشر مع الناس فى نطاقهم ومحيطهم المحلى وتركز على اهتماماتهم الأساسية وتقدم لهم المعلومات التى يحتاجون إليها وذات الأهمية بالنسبة لهم والتى تساهم فى توحيد مجتمعهم وتحقيق أهدافه[3].

---

(1) *Mcquail. D.,: Mass Communication Theory, (London: Sage Publications, 1989)pp.121-123.*
(2) *Merril C. John: Global Journalism, (London: Longman, 1983) p. 76.*
(3) *Mcnair B.,: the Sociology of Journalism, USA, (Oxford University Press, 1998), P. 83.*

- تكتسب الصحافة الإقليمية أهميتها من خلال مساهمتها فى تحقيق مشاركة المواطنين فى عملية التنمية فى نطاق المجتمع المحلى الذى تصدر فيها[1].
- تكتسب الصحافة الإقليمية أهميتها من كونها تتيح لجمهور المجتمع المحلى الفرصة للانفتاح والحوار المباشر والجاد فهى تعد مصدرا لتعددية الرأى والنقاش بين شرائح وفئات المجتمع، فضلا عن أنها إحدى أهم وسائل التعبير عن الرأى وكشف مواضع الضعف والتقصير فى المجتمعات المحلية[2].
- تكتسب الصحافة الإقليمية أهميتها من كونها أكثر التصاقا بالناس فى المجتمع المحلى فضلا عن أنها تعمق الوعى والإدراك لديهم، وهذا يتفق مع ما جاء فى مؤتمر عن صحافة المجتمع بمدينة *Brighton* فى فبراير 1983 عن الصحافة الإقليمية بأنها أكثر قربا للمجتمع المحلى من الصحافة القومية والوطنية وهذا ما يريده أفراد هذا المجتمع من أخبار وموضوعات ذات صلة مباشر بهم[3].

وتأسيساً على ما سبق تظهر الأهمية الحقيقة للصحافة الإقليمية فى المجتمع المحلى خاصة وفى المجتمع عامة، إذ تلعب دورا مهما فى المجتمع عندما تؤدى دوراً ايجابياً، فتقدم مستوى مهنيا وأخلاقيا راقيا وتحفز على المشاركة فى التنمية المحلية، وبالتالى هى مناطة بالمسئولية بمختلف أنواعها وأبعادها تجاه المجتمع وتنميته.

---

(1) ليلى عبد المجيد: "المشاركة الاتصالية فى عملية التنمية المحلية والريفية، بحث مقدم فى ندوة الإعلام والمشاركة فى التنمية التى عقدت فى القاهرة من 8- 9 فبراير 1992 (القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، قسم بحوث الاتصال الجماهيرى 1992)، ص25.

(2) *Frank& Mouthy David,: What News, the Market politics and Local Preen, First edit (New York: Roulade, 1991), p.p 8-9*

(3) *Hodges E. W., Modern New Sapper, Z. ed (London: Heinemann Professional Publishing. 1989) p.15.*

الفصل الرابع

دراسة تحليلية للبرامج التنموية

فى القنوات الإقليمية (الرابعة – السادسة)

تمهيد:

تعتبر وسائل الإعلام جزءاً من الثورة التكنولوجية المعاصرة، وفى ذات الوقت تمثل دورا أساسيا فيها، سواء فى الدول المتقدمة أو فى الدول النامية، فقد تنامي دورها فى الدول النامية لتعدد الوظائف التى تقوم بها، ومنها توضيح صورة الوضع الحالى بما فيه من متطلبات لازمة لتحقيق التنمية مع المساهمة بفاعلية فى زيادة سرعة التنمية من خلال نبذ العادات القديمة، والتشجيع على العادات والقيم الجديدة التى من شأنها الإسراع بعملية التنمية.

ويمكن توظيف وسائل الاتصال معتمدة على التكنولوجيا الحديثة لدعم قضايا التنمية التى تحتاجها المجتمعات النامية التى تبدأ بالتوجيه والإرشاد فى كل ما يتعلق بالرعاية الصحية، وتربية الصغار ورعايتهم والدعوة للمشاركة فى التنمية الاقتصادية للمجتمعات المحلية بعمليات التوعية والتعليم. (1)، فأهداف الإعلام التنموى جزء من أهداف التنمية الشاملة المستديمة فى المجتمع، بالإضافة إلى أن الإعلام يقوم أيضا بتناول معوقات التنمية وحث المسئولين على تلافيها أثناء وضع الخطط التنموية.

(1) سعد لبيب: وسائل الاتصال وتأثيرها على المجتمع، مجلة البحوث الإعلامية، مرجع سابق، ص (448)

وتعرضت الكثير من الدراسات الإعلامية العربية لموضوع الإعلام والبيئة والتنمية، وخلص معظم الدراسات إلى تأكيد على الدور المهم الذى يؤديه الإعلام فى إمداد الأفراد بالمعلومات عن مشكلات البيئية والتنمية، حيث أكد (90٪) من الجمهور المصرى أنهم سمعوا عن قضايا ومشكلات البيئة من أجهزة الإعلام.(□)

فى حين عرف (63٪) من الجمهور العمانى أنهم عرفوا المشكلات فى مجتمعهم من الإعلام (□)، وتعتبر الوظيفة التنموية من أهم الوظائف المعاصرة للإعلام فى الدول النامية، حيث أصبحت وظيفته الشرح والتفسير والإقناع وحشد الجمهور هى تعبير عن دور وسائل الإعلام فى التنمية بكافة مجالاتها.(□)

ونظرا لتخطى الإعلام مجموعة من المعوقات التى تحول دون إحداث التأثير والإقناع والتعديل والتغيير والتبديل لسلوكيات الأفراد إزاء قضايا التنمية فى مجتمعاتنا، يصبح له أهمية مزدوجة فى العملية التنموية أولها التركيز على مضامينه وتمكين القائمين بالاتصال فيه بكل مقومات الإعداد وأساليب التقويم العملية، وكذلك إتاحة الأدوات والتجهيزات من جهة والثانى إعطاء التليفزيون الإقليمى أهمية بارزة ليس فقط على مستوى وسائل الإعلام الأخرى وحسب بل على التليفزيون المركزى أيضا، وذلك نظرا لكون التليفزيون الإقليمي لا يضطلع بوظيفة الترفيه، وحسب بل إن دوره يتمحور ويتجلى بقيامه بوظائف أخرى أكثر إلحاحا أهمها المساعدة فى تنفيذ خطط وبرامج التنمية وتحقيق المشاركة الجماهيرية المطلوبة لذلك.

---

(1) سلوى إمام:وسائل الإعلام وقضايا البيئة، دراسة تطبيقية على مصر، (القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية، 1998) ص 225.

(2) عاطف العبد: الإعلام وقضايا البيئة، دراسة تطبيقية على سلطنة عمان، الإعلام العربى وقضايا البيئة، (القاهرة : وقضايا البيئة معهد البحوث والدراسات العربية: 1998) ص 335.

(3) محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية، مرجع سابق، ص 335.

كما تجدر الإشارة هنا إلى أنه سيتم الإجابة عن تساؤلات الدراسة من خلال مناقشة وتفسير نتائج الدراسة المسحية لمضمون البرامج التنموية الواردة فى قنوات العينة (القناة الرابعة- القناة السادسة) **وهذه التساؤلات هى**:-

1 - ما القضايا والمشكلات الاجتماعية والصحية التى تناولتها مواد وبرامج القنوات الإقليمية (الرابعة – السادسة)؟

2 - كيف عالجت برامج قنوات التليفزيون الإقليمى (الرابعة - السادسة) القضايا والمشكلات التنموية المحلية؟

3 - ما وظائف واختصاصات المتحدثين فى قضايا التنمية المحلية؟

4 - ما الأشكال المستخدمة فى تقديم موضوعات البرامج؟

5 - ما هو المدى الزمنى الذى استغرقته كل قضية؟

6 - ماهية الأشكال البرامجية التى تقدمها قنوات التليفزيون الإقليمية (الرابعة - السادسة)؟

7 - ما مدى التوازن فى عرض قضايا التنمية المحلية؟

8 - ما توقيت عرض البرامج التنموية على القنوات الإقليمية؟

9 - ما الجمهور المستهدف للبرامج التنموية؟

10 - ما البيئة التى يخدمها البرنامج؟

11 - ما المستويات اللغوية المستخدمة في برامج التنمية المحلية بقنوات التليفزيون الإقليمي (الرابعة – السادسة)؟

12 - ما مدى مشاركة الجهود فى عرض قضايا التنمية المحلية بقنوات التليفزيون الإقليمى (الرابعة – السادسة)؟

13 - ما مدى اقتراب برامج قنوات التليفزيون الإقليمى من سمات المجتمع المحلى؟

14 - ما مدى عمق عرض قضايا التنمية المحلية؟

الجدول رقم (5)

عدد الحلقات التى تناولها تحليل البرامج التنموية

القنوات الإقليمية	التكرارات	النسبة المئوية
القناة السادسة	74	٪44.6
القناة الرابعة	92	٪55.4
المجموع	166	٪100

وضح الجدول السابق رقم (6) أن تكرار البرامج التنموية في القناة السادسة خلال عينة الدراس ة بلغ (74) بنسبة (٪44.6)، أما تكرارات برامج القناة الرابعة فكانت (92) بنسبة بلغت (٪55.4) مما يدل على القناتين لم تختلفا كثيرا الأمر الذى يعنى أن عدد البرامج وحلقاتها الأسبوعية متقاربة فى القناتين فيما يتعلق بالبرامج التنموية

الجدول رقم (6)

نوع ومقدم البرامج التنموية فى برامج القنوات الإقليمية (الرابعة – السادسة)

نوع ومقدم البرنامج	عدد الحلقات	النسبة المئوية
ذكر	86	٪51.8
أنثى	62	٪37.4
مشترك	18	٪10.8
المجموع	166	٪100

يوضح الجدول السابق أن الخاص بمقدمى البرامج التنموية فى القناتين ارتفاع نسبة المقدمين من الذكور لهذه البرامج حيث بلغت نسبتهم (51.8٪) أما المقدمين من الإناث فكانت نسبتهم (37.4٪) أما التقديم المشترك فلم يستحوذ إلا على نسبة (10.8 ٪)

هذا يدل على اعتماد إدارات هاتين القناتين فى تقديم البرامج التنموية على المقدمين الذكور بنسبة أعلى من المقدمين الإناث من جهة مع انخفاض ملحوظ للتقديم المشترك بين الجنسين وهى نتيجة منطقية تعكس طبيعة هذه البرامج من حيث الوقت من جهة وطرق المعالجة من جهة ثانية .

الجدول رقم (7)

يوم إذاعة البرامج التنموية فى القناتين الإقليميتين

الفنوات الإقليمية	عدد الحلقات	النسبة المئوية
السبت	23	٪ 13.9
الأحد	24	٪ 14.5
الاثنين	20	٪ 12.1
الثلاثاء	18	٪ 10.8
الأربعاء	19	٪ 11.4
الخميس	21	٪ 12.6
الجمعة	41	٪ 24.7
المجموع	166	٪100

يتضح من نتائج الجدول السابق أن يوم الجمعة كان الأكثر كثافة فى تقديم عرض البرنامج التنموية فى القناتين حيث بلغ التكرار (41) حلقة بنسبة

(24,7٪) ، ووفقا لهذا الجدول نستطيع أن نحدد مجموعة من الأسباب الكاملة وراء ظهور هذه النتائج دون سواها وهذه هى الأسباب.

1- يبدو أن هناك فارقا طفيفا بين اهتمامات القناتين فى معالجة القضايا التنموية المحلية إذا برز الاهتمام من قبل القناتين بالموضوعات التنموية **ولعل ذلك يرد إلى:**

أ- طبيعة المنطقة الجغرافية المغطاة من قبل كل قناة وبالتالى طبيعة البيئة الاجتماعية والمشاريع التنموية فى كلا الإقليمين.

ب- طبيعة الوظائف والأدوار لكل قناة من القناتين.

2- إن ارتفاع نسبة البرامج التنموية فى القناتين يوم الجمعة له ما يبرره من بين ارتفاع كثافة المشاهدة فى هذا اليوم كون معظم الدوائر الحكومية وحتى الخاصة فى أحيان كثيرة تكون معطلة ، الأمر الذى يسهم فى ارتفاع نسبة المشاهدة وبالتالى يكون من المبرر زيادة مثل هذه البرامج فى القناتين عينة الدراسة لإحداث التأثير المطلوب فى المعارف والاتجاهات وربما السلوكيات أيضا.

الجدول رقم (8)

نوع القضايا التنموية فى برامج القنوات الإقليمية (الرابعة ـ السادسة)

نوع القضايا	اسم القضية	التكرار	النسبة المئوية
قضايا اجتماعية	تنظيم الآسرة	14	%6.6
	العلاقات الأسرية	8	%3.8
	الأمية	9	%4.2
	مشكلات تعليمية	6	%4.2
	تاريخ وأثار	4	%1.9
	معلومات عامة	4	%1.9
	انحراف الأحداث	2	%0.9
	العمل التطوعي	6	%2.8
	الإدمان	1	%0.5
	عمالة الأطفال	2	%0.9
	مشكلات الأسرة	5	%2.3
	ترتيب البيت	1	%0.5
	المشاركة السياسية	5	%2.3
القضايا الاقتصادية	البطالة	10	%4.7
	المشروعات القومية	18	%8.5
	احترام العمل	4	%1.9
	تشجيع الصناعات الوطنية	2	%0.9
	المشروعات الصغيرة	2	%0.9

نوع القضايا	اسم القضية	التكرار	النسبة المئوية
	الإنتاج الزراعي	7	٪3.3
	الطرق المواصلات	6	٪2.8
	الصرف الصحي	7	٪3.3
	السياحة	6	٪2.8
	ارتفاع الأسعار	1	٪0.5
	مشاريع تنموية بالقرى	7	٪3.3
	مستلزمات للإنتاج الزراعي	6	٪2.8
	مستوي المعيشة	7	٪3.3
	رغيف الخبز	4	٪1.9
	الصناعات الحرفية اليدوية	5	٪2.3
القضايا الصحية	التعريف بالإمراض	6	٪2.8
	خدمات صحية	8	٪3.8
	مشروعات صحية	10	٪4.7
	قوافل طبية	10	٪4.7□
	قضايا محلية قومية	8	٪3.8□
	تلوث البيئة	12	٪5.6□
		213	٪100□

تلاحظ من خلال المعطيات الرقمية السابقة الواردة فى الجدول السابق أن هناك مجموعة من القضايا الاجتماعية والصحية والاقتصادية قد استحوذت على نسبة عالية مقارنة بقضايا أخرى انخفضت نسبة معالجتها فى مضامين

البرامج التنموية فى عينة الدراسة فقد استحوذت مشكلات تنظيم الأسرة والأمية والعلاقات الأسرية على أعلى نسبة معالجة فى البرامج التنموية بقناتى الدراسة إذا بلغت على التوالى (6.6٪-3.8٪-4.2٪) بينما نلاحظ انخفاض نسبة معالجة مشكلات اجتماعية أخرى غدت قضايا متفشية وسائدة فى الكبير من نواحى الحياة كالإدمان - والانحراف للأحداث - وعمالة الطفولة- والمعلومات العامة والتاريخ والآثار.

وكذلك استحوذت مجموعة من القضايا الاقتصادية على اعلى نسبة وهى المشروعات القومية ، البطالة - الصرف الصحى - الإنتاج الزراعي (بنسب 8.5٪-4.7٪-3.3٪-3.2٪) بينما نلاحظ انخفاض نسبة معالجة قضايا اقتصادية أخرى أكثر إلحاحا ولعل أبرزها تشجيع الصناعات الوطنية - وارتفاع الأسعار- ورغيف الخبز- واحترام العمل

وكذلك استحوذت مجموعة من القضايا الصحية على أعلى نسبة من المعالجة كالمشروعات الصحية والقوافل الطبية وتلوث البيئة وانخفاض قضايا أخرى كالتعريف بالأمراض ويرى الباحث ارتفاع المعاجلة لمضامين البرنامج التنموية فى قناتى الدراسة ، فبعض القضايا يرجع إلى سبب رئسى يتجلى فى إبراز نشاطات الحكومة، وما تقوم به من أعمال ومهام تهدف من ورائه إلى تخفيف متطلبات المجتمع وحاجاته. كتسليط الضوء على المشاريع القومية، وما أنجزته الحكومة فى هذا المضمار كالمشاريع التنموية فى القرى والمشروعات الصحية، وإبراز بعض القضايا التى تمثل أهمية قصوى على المستوى المحلى والقومى فى الآونة الأخيرة مثل تنظيم الأسرة، وتلوث البيئة لارتباطهما بالنواحى

الصحية الاقتصادية من ناحية، وأيضا زيادة المنح الأجنبية المخصصة لهما برغم أن هذه القضايا لازلت قائمة، بل فى بعض الأحيان تزداد ضراوة مثل السحابة السوداء فى نهاية محصول الأرز.

ولعل اللافت للانتباه انخفاض المعالجة فى البرامج التنموية لبعض القضايا الصحية والاجتماعية المحلية رغم أهميتها القصوى سواء على المستوى القومى أو المحلى وارتباطها بالجمهور بشكل مباشر وعدم تجاوزها نسبة (9٪) مثل عمالة الأطفال ، وارتفاع الأسعار بنسبة (5٪) ، ويرى الباحث أن السبب الرئيسي فى ذلك يرجع إلى الاهتمام بمعالجة القضايا الخاصة بالانجازات الحكومية على حساب عدد من القضايا الأخرى مثل ارتفاع الأسعار، وعمالة الأطفال وترتيب البيت ،وانحراف الإحداث.

ومن المثير للانتباه فى معالجة قضايا البطالة على سبيل المثال يتم تسليط الضوء على فرص العمل التى وفرتها الدولة بغض النظر عن الآلاف المكدسة من الشباب المتعطلين عن العمل .

وباستعراض النتائج السابقة لمعالجة قضايا التنمية المحلية فى قناتى الدارسة أن الإعلام الاقليمى بمثابة منتقى فائق الدقة على براعة الأداء الحكومى فى تحقيق الانجازات الكبرى والمشروعات القومية سواء على المستوى العام أو المحلى ، ولكنه كان فى الوقت نفسه يخلق المبررات والذرائع للكثير من القضايا الجوهرية والحساسة والمستعصية والتى تشير بوضوح إلى فشل الأداء الحكومى فى معالجة لهذه القضايا والمشكلات وخصوصا المشكلات الاقتصادية والاجتماعية الصاعدة.

جدول رقم (9)

الموقع الجغرافي للقضايا في البرامج التنموية لقناتي الدراسة

الموقع الجغرافي للموضوعات	التكرارات	النسبة المئوية
الغربية	25	٪15.1
الدقهلية	18	٪10.8
المنوفية	20	٪12.1
كفر الشيخ	15	٪9.1
دمياط	7	٪4.2
الإسماعيلية	21	٪12.7
السويس	17	٪10.2
بورسعيد	19	٪11.4
سيناء	11	٪6.6
الشرقية	11	٪6.6
غير مبين	2	٪1.2
المجموع	166	٪100

تشير نتائج الجدول السابق إلي مجموعة من المؤشرات فى المناطق الجغرافية التى تستهدفها البرامج التنموية، وقد أشارت النتائج إلى وجود تفاوت ملحوظ فى التغطية الإعلامية للبرامج التنموية تجدها فى المعطيات الرقمية الآتية استحواذ المناطق التى بها مقر القناة إلى أعلى نسبة حيث وصلت فى الغربية (15.1٪) والإسماعيلية (12.7٪)، ثم المنوفية (12.1٪) نظرا لقربها إلى القناة السادسة، وبور سعيد (11.4٪) ثم الدقهلية والسويس وكفر الشيخ والشرقية وسيناء وأخيرا البرامج التى لم تحدد تلك المناطق التى تستهدفها.

لعل النتائج فى طبيعة المناطق المستهدفة من مضامين البرامج التنموية يرد على عدد من الاعتبارات **يمكن أن نجملها فيما يلي**:

1- أن القائم بالاتصال في المناطق الجغرافي ة المستهدفة دائما ما يلجأ إلي المناطق القريبة للقناة الإقليمية.

2- كما تلاحظ أن الكثير من المضامين البرامجية التي تعرض في قناتي الدراسة وتستهدف جمهور مناطق معنية لا يصل إرسال هذه القنوات إليها.

3- عمومية البرامج بحيث يمكن عرضها بأية قناة ، الأمر الذي يعني إن نسبة من مضامين هذه البرامج غير معنية بالمناطق الإقليمية التي تغطيها، وهنا يثار التساؤل القديم الجديد لما يتم إنشاء هذه القنوات ما دامت برامجها تتسم بالعمومية دون تخصيص ؟

جدول رقم (10)

مدي استضافة ضيوف المشاركين في البرامج التنموية

القناة الإقليمية وجود ضيوف	القناة السادسة		القناة الرابعة		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
يستضيف	51	٪68.9	58	٪63	109	٪65.7
لا يستضيف	23	٪31.1	34	٪37	57	٪34.3
المجموع	74	٪100	92	٪100	166	٪100

وبقراءة بيانات الجدول السابق تلا حظ ما يلى :

1 - حققت فئة استضافة الضيوف أعلى نسبة (٪65.7) وذلك فى القناتين عينة الدراسة ، وهذا يزيد من المصداقية المرجوة من هذه البرامج لان وجود ضيوف

مشاركون فى البرنامج يزيد من المصداقية، وأيضا الفعالية للمشاهدة وانخفضت نسبة عدم استضافة الضيوف إلى (34.3٪) وبالمقارنة بين القناتين محل الدراسة تلاحظ تفوق القناة السادسة في استضافتها للضيوف عن القناة الرابعة في برامجها التنموية وذلك بنسبة (68.9٪) وهذا يرجع إلي المساحة الجغرافية للقناة السادسة متقاربة بين مقر القناة والمحافظات المجاورة مما يسهل ويمهد عملية التنقل بالكاميرا ت للضيوف أو يسهل عملية الانتقال إليهم.

الجدول رقم (11)

القوالب الفنية المستخدمة فى تقديم البرامج التنموية فى القناتين محل الدراسة

القناة الإقليمية / القوالب الفنية	القناة السادسة		القناة الرابعة		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أفلام تسجيلية	8	10.8	21	22.8	29	17.5
ندوة ومناقشة مؤتمر	10	13.5	10	12	21	12.6
حديث مباشر	10	13.5	9	9.8	19	11.4
حوار	15	20.4	11	12	26	15.7
دراما	12	16.3	12	13	24	14.5
مجلة تلفزيونية	7	9.3	9	9.8	16	9.6
تعليق أو تحليل	4	5.4	7	7.6	11	6.6
أكثر من شكل	8	10.8	12	13	20	12.1
المجموع	74	100٪	92	100٪	166	100٪

وبقراءة بيانات الجدول السابق نلاحظ ما يلى :

تعددت القوالب الفنية المستخدمة فى تقديم البرامج التنموي ة فى قناتى الدراسة عينة البحث من (حوار- دراما- تعليق وتحليل- أفلام تسجيلية- أو أكثر من شكل).

فى الحلقة الواحدة ولكن نرى من خلال النسب أن فئة الأفلام التسجيلية كأحد القوالب الفنية المستخدمة قد حققت أعلى نسبة من حيث استخدمها (17.5٪) وذلك فى قناتى الدراسة يليها فئة الحوار بنسبة (15.7٪) يليها الدراما بنسبة (14.5٪)، يليها التنوع باستخدام أكثر من شكل بنسبة (12.1٪) أما التعليق أو التحليل قد حققت اقل استخدم فى قناتى الدراسة وذلك بنسبة (6.6٪) .

نلاحظ من النتائج السابقة عدم وجود بعض القوالب أو الإشكال البرامجية الأخرى، والتى لم تعرض من خلال البرامج التنموي ة مضمون حلقاتها مثل (المناقشة- التحقيق) وذلك على الرغم من اهتمامها فى عرض المضمون التنموى.

ونستنتج من ذلك اهتمام القنوات الإقليمية بالبرامج التنموي ة المحلية والذى ظهر جليا فى استخدام أكثر من قالب فنى فى التقديم إلى جانب التنوع فى طريقة عرض المضمون المقدم للمشاهد .

إن تعدد المضامين التنموي ة المقدمة يؤدى إلى التنويع بالقوالب الفنية المستخدمة فى العرض حتى تتلاءم مع هذه المضامين المقدمة بشكل يزيد من فاعليتها وتأثيرها على جمهور المستقبل، وعندما نتحدث عن مشكلة أو قضية

تنموية من حيث التعريف بها، وبحث طرق علاجها وتحديد الجهات المسئولة عنها يفيد جانب الندوة كقالب فنى أكثر من غيرة، وذلك لتعدد وجهات النظر المطروحة وعدم التركيز على الحوار من جانب شخص واحد مما قد يشعر المشاهد بالملل، وعدم الانتباه نتيجة ثقل المعلومات المقدمة، هذا بالإضافة إلى إننا يمكن أن ندمج بين القوالب المختلفة فى صورة تكاملية لخدمة موضوع معين، وذلك لتحقيق الأهداف المرجوة من الرسالة التنموية المطروحة، وهذا ما شعر الباحث من افتقاده في قناتي الدراسة في البرامج التنموية عينة الدراسة بشكل عام إلا قليل منها .

وأشارت هذه النتيجة إلى أن الاختلافات بين قناتى الدراسة من حيث استخدمها إشكال العرض فى تقديم برامجها التنموي ة لم يكن كبيراً وإنما كان اختلافاً بسيطاً غير واضح، بمعنى إن مجمل البرامج التنموي ة فى قناتى الدراسة اعتمدت على نفس الإشكال أو القوالب الفنية تقريبا، الأمر الذى يعنى أليا وجود كلاسيكية فى إشكال العرض البرامجي فى قناتى الدراسة .

ويرى الباحث أن التنوع فى القوالب الفنية المستخدمة فى عرض البرامج التنموية قد يلقى إقبالاً من جهة الجمهور المتلقى لهذه المضامين .

فالتنوع فى القوالب الفنية المستخدمة فى تقديم أى مضمون يعد من أكثر العوامل التى تجذب الجمهور المتلقى لهذا المضمون ،وخاصة عندما يكون هذا الجمهور أيضا متنوع من حيث فئاته واهتماماته وخصائصه المختلفة .

الجدول رقم (12)

الجمهور المستهدف فى برامج قناتى الدراسة

الجمهور المستهدف	التكرارات	النسبة المئوية
الشباب	18	٪10.8
الحرفيون	10	٪ 6.1
الأسرة	18	٪ 10.8
المرأة	14	٪ 8.4
المزارعون	21	٪ 12.7
الباحثين	13	٪ 7.8
الجمهور العام	72	٪ 43.4
الإجمالي	166	٪100

تشير نتائج الجدول السابق إلى تعدد فى نوعية شرائح الجمهور المستهدف من البرامج التنموية التى تقدمها قناتى الدراسة مع اختلافات ملحوظة فى تركيز مضامين هذه البرامج على شرائح بعينها دون غيرها من الشرائح الاجتماعية الموجودة فى المناطق الجغرافية التى تستهدفها قناتى الدراسة فى برامجها .

إذ يلاحظ استحواذ الجمهور العام على أعلى نسبة إذ بلغت (٪43.4) بينما جاء المزارعون فى المرتبة الثانية بنسبة(٪12.7)، فيما جاءت الأسرة والشباب فى المرحلة التالية بنسبة (٪10.8)، وجاءت المرأة فى المرتبة الرابعة بنسبة (٪8.4) ثم شريحة الحرفيين والتى جاءت فى الترتيب الخامس من حيث الشرائح المستهدفة فى مضامين البرامج التنموية بنسبة (٪6.1) بينما نلاحظ أن

الباحثين كانوا الشريحة الأقل استهدافا فى البرامج التنموي ة فى قناتى الدراسة إذ لم تزد نسبة البرامج التى توجه إلي هذه الشريحة عن (7.8٪) .

وبعض هذه النتائج يضع علامات استفهام عند شريحة الجمهور العام التى حصلت على أعلى نسبة فأنها تشير إلى غياب كلى للتخطيط المسبق من قبل إدارتي القناتين للجمهور المحدد والمستهدف أذا لم يعد الإعلام فى الوقت الراهن وخاصة فى المجال التنموى يوجه إلى كل الشرائح دون تحديد سمات معينة وجمهور بعينه، حيث غدا فى وقتنا الراهن بل منذ زمن طويل وفى دول عدة أن يتم توجيه البرامج التنموية إلى شرائح اجتماعية معينة بغية إحداث تأثير فى معارفها، ومن ثم فى اتجاهاتها فسلوكياتها قدر الإمكان ولم يعد الإعلام المرئى والمقروء بوجه عام يوجه إلى جمهور عام هكذا كيفما اتفق .

أما فيما يتعلق بشريحة الشباب والمرأة فأنها تعني بصورة أو بأخرى أن بعض البرامج تهتم بهذه الفئة من الجمهور، نظراً لما لها من أهمية فى عمليات التنمية وفى القضايا الصحية والاقتصادية والاجتماعية كافة وخاصة المرأة نظرا لدورها المتميز داخل الأسرة فى تخليص أسرتها من العادات والتقاليد والاعتناء بصحة أطفالها ورعاية أفراد أسرتها وتقليص الإنفاق العام الخاص بالأسرة، وهى التى تؤدى الكثير من الأعمال فى المؤسسات الحكومية والخاصة على السواء فمنها ينطلق الإصلاح والإنماء والتغير والتعديل والتبديل للمعارف فالاتجاهات والسلوكيات داخل أفراد أسرتها كافة .

الجدول رقم (13)

المستوى اللغوى المستخدم فى برامج قناتى الدراسة

القناة الإقليمية	القناة السادسة		القناة السابعة		المجموع	
المستوي اللغوي	ك	٪	ك	٪	ك	٪
فصحي مبسطة	14	٪18.9	21	٪22.8	35	٪21.1
عامية	21	٪28.4	31	٪33.7	52	٪31.3
بين الفصحى والعامية	39	٪52.7	40	٪43.5	79	٪47.6
المجموع	74	٪100	92	٪100	166	٪100

تمدنا نتائج الجدول السابق بالمستويات اللغوية المستخدمة فى تقديم البرامج التنموية فى قناتى الدراسة ،حيث يلاحظ أن اللغة المستخدمة كانت معظمها عامية آخذين بعين الاعتبار أن عملية الجمع بين الفصحى والعامية تشير إلي ميول الاستخدام للغة العامية من قبل مقدمى البرامج التنموية فى قناتى الدراسة إذ أن اللغة العامية وصلت نسبها إلى (٪31.7) فى عينة البرامج التنموية فى قناتي الدراسة **ولعل هذه النتائج تشير إلى عدد من الاعتبارات أهمها** :

1 - إن القائمين بالاتصال هم أساسا غير متمكنين من قواعد اللغة العربية .

2 - أن للكثير من الفئات الاجتماعية المستهدفة من مضامين البرامج التنموية محل الدراسة معانى ودلالات وبعض الأفكار التى تصاغ بكلمات عربية فصحى .

3 - لا توجد هناك توصيات أو مقترحات أو توجيهات من قبل المخططين والقائمين على إدارة البرامج التنموية فى قناتى الدراسة لتوجيه انتباه القائمين بالاتصال على استخدام اللغة العربية المبسطة.

الجدول رقم (14)

جهة عمل الضيوف فى برامج التنموية بقناتى الدراسة

جهة عمل الضيوف	التكرارات	النسبة المئوية
قطاع أعمال	6	٪2.1
قطاع خاص	25	٪8.7
غير مبين	91	٪31.7
قطاع حكومى	165	٪57.5
المجموع	287	٪100

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن معظم عمل الشخصيات المستضافة فى البرامج التنموية تتدرج ضمن الشخصيات التابعة للقطاع الحكومى إذ بلغت نسبتهم (٪57.5) أى أكثر من النصف مقارنة بالقطاع الخاص وقطاع الأعمال ومن الطبيعى أن تظهر هذه النسبة فى حال معرفتنا المسبقة عن طبيعة الإعلام المصرى بصورة عامة والإعلام الإقليمى بصفة خاصة .

حيث إن الإعلام سواء المرئى أو المطبوع أو المسموع مملوك للسلطة السياسية وبالتالي يعبر عنها.

ومن ثم لابد أن تكون غالبية الشخصيات المستضافة فى أى مجال من المجالات، وفى أى نوعية من البرامج تعمل فى القطاع الحكومى ويكون لها ارتباط وثيق بقضايا التنمية الاجتماعية والاقتصادية والصحية .

الجدول رقم (15)

تكرارات تخصص الضيوف فى برامج قناتى الدراسة

تخصص الضيوف	التكرارات	النسبة المئوية
تنظيم أسرة	10	٪3.4
الشباب والرياضة	12	٪4.2
البيئة	14	٪4.8
اقتصاد	3	٪1.1
عسكرى	2	٪0.7
محافظ	1	٪0.3
وزير	1	٪0.3
حكم محلى	45	٪15.7
هندسة	12	٪4.1
طب	26	٪9.1
حقوق	25	٪8.7
زراعة	48	٪16.7
فنون وثقافة	6	٪2.1
رجال أعمال	6	٪2.1
غير محدد	76	٪26.5
المجموع	287	٪100

تبين نتائج الجدول السابق أن معظم الشخصيات المستضافة هى شخصيات ذات تخصصات غير معروفة إذ وصلت نسبتهم إلى (٪26.5) ويمكن تفسير ذلك بأن كثرة البرامج التنموية وتشابها فى بطاقات الوصف وعدم تنظيمها أدى إلى تعذر الحصول على شخصيات ذات تخصصات معنية بالموضوع المعالج

وبالتالى هناك خشية من القائمين على الاتصال من تكرار ضيوف بأعينهم ذوى ارتباط وثيق بالموضوع التنموى المعالج .

وبالتأكيد هناك خبرات وشخصيات ذات تخصصات متعددة وتغطي كل ما يريده القائم بالاتصال فى البرامج التنموية ، ولكن اختيار الشخصيات يجب أن يكون مؤهلا لعملية ما تريد الحكومة أن تقوله بغض النظر عن اتجاهات الشخص المتخصص ، وبالتالى فأن هذه النوعية من الضيوف المتخصصة وذات العلاقة الوثيقة بالموضوع التنموى التى تريد التعبير عن وجهة نظرها إزاء قضية البطالة أو ألاميه أو انخفاض مستوى دخل الفرد أو غيرها من القضايا قد تتوجه بالنقد الصريح والمباشر إلى الأداء الحكومى .

الجدول رقم(16)

المشاركون فى عرض القضايا فى برامج قناتى الدراسة

المشاركون فى عرض القضايا	التكرارات	النسبة المئوية
أطبـاء	8	٪2.8
رجال تعليم	24	٪8.4
أساتذة جامعات	27	٪9.4
مسئولون تنفيذيون	52	٪18.1
مواطنون عاديون	110	٪38.3
أطفال	4	٪1.4
لا يوجد مشاركون	62	٪21.6
المجموع	287	٪100

تستطيع من خلال الجدول السابق أن تلاحظ مجموعة من المعطيات الرقمية التى تبين طبيعة الشخصيات التى يتم استدعاؤها للمشاركة فى عرض القضايا التنموية فى قناتى الدراسة ، حيث تلاحظ أن المواطنين العاديين هم النسبة الأكثر مشاركة فى عرض القضايا المختلفة للتنمية ، حيث بلغت نسبتهم (38.3٪) فيما نلاحظ أيضا أن عدداً من البرامج التنموية لم يكن فيها مشاركون إذ بلغت نسبتهم (21.6٪) وكذلك تلاحظ أن نسبة المسئولين التنفيذيون المشاركين فى عرض القضايا التنموية قد وصل إلى (18.1٪) ،بينما تلاحظ تذبذب أو انخفاض نسبة المشاركين من الأطفال والأطباء ورجال التعليم وأساتذة الجامعات.

وبناء على ما تقدم من النتائج الواردة فى الجدول المذكور أنفاً يمكننا تحديد مجموعة من الاعتبارات الكامنة **وراء ظهور هذه النتائج نجملها فيما يلى** :

1 - أن الكثير من الشخصيات المستضافة فى البرامج التنموية والتى تم اشتراكها فى عرض القضايا كانوا مواطنين عاديين ، ولو قمنا بجمع هذه النسبة مع عدد البرامج التى لا يشارك بها جمهور لوجدنا أن النسبة تقترب من (60٪) الأمر الذى يعنى أن القائمين على هذه البرامج لا يهتمون بشكل كاف باستضافة شخصيات متخصصة بمضامين برامجيه تنموية الأمر الذى يؤكد أن هناك خللا فى عملية الإعداد لهذه البرامج .

2 - كذلك نلاحظ أن ظهور بنسبة (18.1٪) للمسئولين التنفيذيين كمشاركين في عرض القضايا له ما يبرره من دور هؤلاء في نقل المعارف التي بحوزتهم إزاء المضامين التي تحملها البرامج التنموية لتكون بمثابة برامج صائبة لتعديل

السلوكيات الموجودة لدي الجمهور في تحقيق الأهداف بعيدة المدى وهي التنمية المستدامة.

3 - الشئ الذي لا يمكن تهميشه هو عدد الفئات الاجتماعية ذات الصلة الوثيقة بالعملية التنموية ، الأمر الذي بدأ واضحاً في الجدول السابق بفئات اجتماعية هي الأطفال، الأطباء، رجال التعليم، أساتذة الجامعات.

الجدول رقم (17)

البيئة التي تخدمها قضايا المعالجة في البرامج التنموية لقناتي الدراسة

البيئة التي تخدمها البرامج	القناة السادسة		القناة الرابعة		المجموع	
	التكرارات	النسبة	ك	٪	ك	٪
حضر	15	٪18.7	22	٪25.6	37	٪22.3
ريف	26	٪32.5	18	٪20.9	44	٪26.5
كلاهما معا	39	٪48.8	46	٪53.5	85	٪51.2
الإجمالي	80	٪100	86	٪100	166	٪100

تبين نتائج الجدول السابق أن البرامج التنموية في قناتي الدراسة تركز علي البيئة المشتركة التي تتوجه للريفي والحضري معا إذا بلغت البيئة المشتركة للريف والحضر التي تخدمها البرامج التنموية في قناتي الدراسة (٪51.2)، تليها البيئة الريفية إذا بلغت (٪26.5)، ولعل هذا له ما يبرره إذا أخذنا بعين الاعتبار أن الغالبية العظمي من قناتي الدراسة تقطن في الريف ، وبخاصة القناة السادسة فهي تخدم شرائح اجتماعية معظمها يقطن في الريف وقوام انشغالهم بالزراعة وتربية الحيوانات، ورغم وجود بعض الأسر المنقسمة ، والتي يعيش بعض أفرادها

في المدن الكبيرة والجزء الأكبر منها يقطن في الريف ويزاول أعمال الزراعة وحرث الأراضي وتربية المواشي.

كما يتضح لنا من خلال تحليل مضمون البرامج التنموية من حيث البيئة التي تخدمها هذه البرامج أن البرامج التي تتوجه للقطاع الريفي فى القناة السادسة احتلت نسبة أعلي من القناة الرابعة بما يعادل أكثر من (11.6٪) حيث أن القطاع الريفي في محافظات الدلتا أكثر من محافظات القناة ، كما احتلت البرامج التي توجه للحضر في القناة الرابعة أكثر مما يوجه للحضر في القناة السادسة بنسبة (6.6٪)

الجدول رقم (18)
أسلوب طرح القضية في برامج قناتي الدراسة

أسلوب طرح القضية	التكرارات	النسبة المئوية
متخصص	79	47.6٪
طرح عام	87	52.4٪
المجموع	166	100٪

ويتضح من بيانات التحليل السابق للجدول الخاص بأسلوب طرح قضايا البرامج التنموية في قناتي الدراسة يمدنا بمؤشر واضح يتبلور في غلبة نسبة الطرح العام للقضايا التنموية التي يتم تناولها في البرامج التي تقدمها قناتي الدراسة إذ بلغت (52.4٪) بينما انخفض أسلوب الطرح المتخصص للقضايا في البرامج التنموية بنسبة (47.6٪).

جدول رقم (19)

أسلوب مناقشة القضية في برامج قناتي الدراسة

أسلوب مناقشة القضية	التكرارات	النسبة المئوية
متوسط العمق	58	٪34.9
معمقة تحليلية	41	٪24.7
سطحية	67	٪40.4
المجموع	166	٪100

تشير نتائج الجدول السابق إلي غلبة الأسلوب السطحي لمناقشة هذه القضايا حيث تستحوذ علي (٪40.4) فيما انخفض الأسلوب المتعمق التحليلي إلي نسبة (٪24.7) لمناقشة القضايا التنموية في قناتي الدراسة أما أسلوب المناقشة المتوسطة العمق فكانت المرحلة الثالثة بنسبة (٪34.9).

الجدول رقم (20)

الحلول المطروحة في البرامج التنموية لقناتي الدراسة

الحلول المطروحة	التكرارات	النسبة المئوية
إجراءات تنفيذية	54	٪32.5
حلول عامة	112	٪67.5
المجموع	166	٪100

تمدنا معطيات الجدول السابق بمؤشر واضح يتبلور بأن حلول معالجة القضايا التنموية المطروحة اتسمت بالعمومية دون التخصص أو التحديد حيث بلغت نسبتها (٪67.5)، بينما لم تتعد نسبة الإجراءات التنفيذية للحلول المطروحة

سوي (32.5٪) وهذه النتائج لها مبرراتها فيما لو ربطناها مع طبيعية الشخصيات المستضافة للمعالجة لهذه القضايا مع القضايا ومع عموم النتائج .

الفصل الخامس

دراسة تحليلية للمضامين الصحفية

التنموية للصحف الإقليمية

(أخبار الغربية - القناة)

أولا: فئات تحليل الشكل (كيف قيل):-

1 -القوالب التحريرية المستخدمة فى معالجة القضايا التنموية المحلية فى صحيفيتى الدراسة (أخبار الغربية – القناة) .

جدول رقم (21)

الصحف / قوالب التحرير	أخبار الغربية		القناة		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الخبــر	32	٪ 47.8	78	٪ 48.2	110	٪ 48
التحقيق	15	٪ 22.4	43	٪ 26.5	85	٪ 25.3
المقال	14	٪ 20.4	26	٪ 16	40	٪ 17.5
التقرير	2	٪ 3	5	٪ 3	7	٪ 3.1
الحديث	4	٪ 6	7	٪ 4.3	11	٪ 4.8
الكاريكاتير	-	-	3	٪1.9	3	٪ 1.3
أخرى تذكر	-	-	-	-	-	-
المجموع	67	٪ 100	162	٪ 100	229	٪ 100

يتضح من نتائج الجدول السابق أن أكثر القوالب التحريرية المستخدمة فى عرض قضايا التنمية المحلية فى الدراسة ، هو قالب الخبر الصحفى بنسبة (48 ٪) فى المرتبة الأولى ، بينما جاء التحقيق فى المرتبة الثانية بنسبة (25.3 ٪) ويبرر ذلك رغبة الصحف الإقليمية فى المعالجة المتعمقة لقضايا التنمية المحلية حيث جاءت التحقيقات الصحفية متعددة ومتنوعة ومركزة على مشاكل تلوث البيئة، والأمية، والقضية السكانية، وارتفاع الأسعار، والبطالة ، حيث قدمت جريدة القناة سلسلة من التحقيقات الصحفية حول الأمية وطرق معالجتها، وقدمت جريدة أخبار الغربية سلسلة من التحقيقات الصحفية حول تلوث البيئة ناقشت كل أشكال التلوث البيئى من تلوث الهواء والماء والتربة والسحابة السوداء والتلوث الضوضائى والآثار المترتبة علي الأشكال المتعددة للتلوث ومن النماذج الصحفية المنشورة لصحيفتي الدراسة.

- 1.5 مليار جنية حجم مشروعات الصرف الصحي بالإسماعيلية.
- حالة من التأهب القصوى ..وغرف عمليات لمتابعة أنفلونزا الطيور.
- محو الأمية واجب وطني.
- خمسة آلاف جنية مكافأة لكل خريج بمحو أمية 10 مواطنين.
- أفكار غير تقليدية للانتصار علي الأمية.
- قوافل طبية لحماية البيئة من التلوث وخدمة المجتمع المحلي.
- المحطات المرشحة ساهمت في توفير كوب ماء نظيف للموطن.
- موجه الغلاء تشعل الأسواق.
- بسبب الغلاء .. مظاهر العيد اختفت والبسطاء يحجمون عن شراء الملابس.

وجاء في المرتبة الثالثة المقال بنسبة (17.5٪) من إجمالي القوالب التحررية المستخدمة في عرض قضايا التنمية المحلية علي صفحات صحيفتي الدراسة، وكانت أكثر المقالات من القائمين بالاتصال في الصحف المحلية محل الدراسة ونقص المتخصصين من أساتذة الجامعة والتنفيذيين، وجاء في المرتبة الرابعة الحديث بنسبة (4.8٪) وكان منها أحاديث حول الإسماعيلية خالية من الأمية..أمل منشود للجميع، حول هذه الجهود وكيفية الوصول للهدف المنشود مع اللواء إبراهيم عاشور مدير فرع الهيئة العامة لمحو الأمية وتعليم الكبار بالإسماعيلية، وحديث آخر حول زيادة حصص الغاز لتلبية احتياجات المواطنين مع وكيل وزارة التموين بالغربية، يليها في المرتبة الخامسة التقرير الصحفي بنسبة (3.1٪) من إجمالي القوالب الصحفية المستخدمة في عرض قضايا التنمية المحلية في صحفيتي الدراسة خلال فترة التحليل، ومعظم هذه التقارير اندرجت تحت جدول جلسات المجالس الشعبية المحلية، ولجان المجالس واجتماعات المجالس الإقليمية للسكان، والمتابعات للمحافظين في مواقع الإنتاج والخدمات والزيارات الميدانية لمشروعات البنية التحتية التي تتم علي أرض محافظتي الإسماعيلية والغربية ، وجاء في المرتبة الأخيرة الكاريكاتير بنسبة (1.3٪).

وبالنسبة لصحفتي الدراسة كل علي حدة ومن خلال الجدول السابق يتضح أن أكثر القوالب التحريرية المستخدمة في عرض قضايا التنمية المحلية في صحيفة أخبار الغربية كان الخبر الصحفي بنسبة (47.8٪) ، في المرتبة الأولي ، ثم قالب التحقيق الصحفي بنسبة (22.4٪) في المرتبة الثانية ، ثم قالب المقال بنسبة

(20.8٪) في المرتبة الثالثة ، ثم يليه قالب الحديث بنسبة (6٪) ، وأخيراً التقرير بنسبة (3٪).

بينما جاءت أكثر القوالب التحريرية المستخدمة في عرض قضايا التنمية المحلية ، فيما نشر علي صفحات صحيفة القناة كان الخبر الصحفي في المرتبة الأولي بنسبة (48.2٪) ، ثم قالب التحقيق الصحفي في المرتبة الثانية بنسبة (26.5)، وجاء المقال في المرتبة الثالثة بنسبة (16٪) ، يليها الحديث بنسبة (4.3٪)، ثم التقرير بنسبة (3٪) وأخيراً الكاريكاتير بنسبة (1.9٪).

وتختلف هذه النتائج مع دراسة *Browon et Al* في أن فئة المقال جاءت في المرتبة الأولي بنسبة (36.6٪) من إجمالي القوالب التحريرية المختلفة(1).

ومما سبق يتضح أن هناك اتفاقاً بين صحفيتي الدراسة في استخدام القوالب التحريرية لمعالجة قضايا التنمية المحلية ، فكان الخبر أكثر القوالب التحريرية في صحف الدراسة وكان الاختلاف الوحيد بينهما، أن صحيفة القناة استخدمت الكاريكاتير كأحد القوالب التحريرية في حين أن صحيفة أخبار الغربية لم تستخدم الكاريكاتير كأحد القوالب التحريرية المستخدمة في نشر قضايا التنمية المحلية.

---

(1) Rossc.C Brownet al: changes in News paper Coverage of Cardiovascular health Issues in Conjunction with A community-based - health education research Theory& Practice Vol 11 No4 1999 P.481

جدول رقم (22)

عناوين الموضوعات القضايا الخاصة بالتنمية المحلية في صحف الدراسة

الصحف / العناوين	أخبار الغربية		القناة		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
ممتد	46	٪68.7	102	٪63	148	٪64.7
عمودي	14	٪20.9	41	٪25.3	55	٪24
مانشيت	7	٪10.4	19	٪11.7	26	٪11.3
المجموع	67	٪ 100	162	٪ 100	229	٪ 100

يتضح من نتائج الجدول السابق أن أكثر العناوين المستخدمة في عرض القضايا التنمية المحلية وكوسيلة وسائل من وسائل الإبراز للقوالب التحريرية هي العنوان الممتد بنسبة(٪64.7) في المرتبة الأولي، وتعد العنوانين الممتدة هي العناوين التي تقدم علي عمودين فأكثر ولكنها لا تمتد لتشمل عرض الصفحة كلها ثم العنوان العمودي بنسبة(٪24) في المرتبة الثانية ، وقد صاحبت هذه العناوين بعض الأخبار، والمقالات العمودية، ثم المانشيت والعناوين العريضة، وتستخدم في التحقيقات الصحفية وبعض أخبار الصفحة الأولي كمانشيت الجريدة، وغالباً ما صاحبت التحقيقات التي تحتل مساحة الصفحة بأكملها أو نصف الصفحة.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة خالد بن سعد بن عامر الصواعي(1) دور الصحافة العمانية في ترتيب أولويات الاهتمام بالقضايا

---

(1) خالد بن سعد عامر الصواعي: دور الصحافة العمانية في ترتيب أولويات الاهتمام بالقضايا المحلية لدي الرأي العام. رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2005) ص 154

المحلية لدي الرأي العام ، من النتائج التي توصلت إليها إلي أن العنوان الممتد جاء في المرتبة.

الأولى في عرض قضايا القطاع الصحي بنسبة(63.6٪) يليه العنوان العمودي بنسبة (25.7٪) وفي المرتبة الثالثة العنوان العريض أو المانشيت بنسبة (6.5٪) .

وبالنسبة لصحف الدراسة كلا علي حدة ، ومن خلال نتائج الجدول السابق، يتضح أن أكثر العناوين المستخدمة في عرض قضايا التنمية المحلية في صحيفة أخبار الغربية كان العنوان الممتد بنسبة (68.6٪) ، ثم العمودي بنسبة (20.9٪)، وأخيراً المانشيت أو العنوان العريض بنسبة (10.4٪).

وجاءت أكثر العناوين المستخدمة في عرض قضايا التنمية المحلية في صحيفة القناة هي العنوان الممتد بنسبة (63٪) في المرتبة الأولي، والعمود بنسبة (25.3٪) في المرتبة الثانية وأخيراً المانشيت بنسبة (11.7٪) في المرتبة الثالثة.

وتتفق هذه الدراسة مع ما توصلت إلية دراسة هند أحمد محمد بدوي[1] حول معالجة الصحافة المصرية للقضايا العلمية وتأثيرها علي المعارف العلمية للقراء ومن نتائج هذه الدراسة احتل العنوان الممتد المرتبة الأولي في عرض القضايا العلمية بنسبة (40.3٪) يليه العنوان العمودي في المرتبة الثانية بنسبة (20.2٪).

---

(1) هند أحمد محمد بدوي : معالجة الصحف للقضايا العلمية وتأثرها علي المعارف العلمية للقراء، دراسة صحية خلال الفترة من 1996 حتي 1998، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام 2000)، ص 79.

وكما سبق يتضح الاختلاف المحدود بين صحيفتي الدراسة في نوع عناوين الموضوعات الفاصلة بقضايا التنمية المحلية، حيث اتفقت الصحف في أن أكثر العناوين استخداماً هو العنوان الممتد ، وأيضاً اتفقت علي أن العنوان العمودي في المرتبة الثانية والمانشيت في المرتبة الثالثة.

جدول رقم (23)

الصور الصحفية لصحف الدراسة

الصحف	أخبار الغربية		القناة		المجموع	
الصور الصحفية	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الصور الشخصية	35	64.8٪	58	64.4٪	93	64.6٪
الصور الموضوعية	19	35.2٪	32	35.6٪	51	35.4٪
المجموع	54	100 ٪	90	100 ٪	144	100 ٪

يتضح من الجدول السابق أن أكثر الصور الصحفية المستخدمة في عرض قضايا التنمية المحلية هي الصور الشخصية بنسبة(64.6٪) في المرتبة الأولي وتركزت معظمها في صور المسئولين والشخصيات المرتبطة بالموضوعات المنشورة واستخدمت في أحيان كثيرة فى الأحاديث و المقالات و التحقيقات الصحفية وعلي الرغم من روتينه الصور الشخصية وثباتها فأنها تعد صوراً لا تبعث علي الحيوية أو إضفاء الواقعية علي الموضوع ، ثم جاءت الصور الموضوعية بنسبة (35.4٪) وهي تضيف القوة للإقناع والمصداقية على الموضوع الصحفي .

وتعتبر الصور الموضوعية من وسائل الإبراز الأساسية في تناول وعرض الموضوعات الصحية الخاصة بالتنمية ومجالاتها، لأنها توضح الواقع بصورة الحقيقة وتعبر عما لا يستطيع المحرر وصفة بدقة، وتعطي الموضوع المصداقية العالية

لدي القارئ وذلك فهو خير دليل علي صوت ما يقوله محرر الصحيفة أو مصدر المعلومة(1).

وبالنسبة لصحف الدراسة كلا علي حدة من خلال نتائج الجدول السابق يتضح أن أكثر الصور الصحفية المستخدمة في عرض قضايا التنمية المحلية بصحيفة أخبار الغربية ، هي الصورة الشخصية بنسبة (64.8٪)، ثم الصور الموضوعية بنسبة (35.2٪).

بينما جاءت أكثر الصور الصحفية المستخدمة في عرض قضايا التنمية المحلية بصحيفة القناة كانت الصور الشخصية أيضاً بنسبة (64.4٪)، ثم الموضوعية بنسبة (35.6٪).

وكما سبق يتضح أن هناك اتفاقاً بين صحف الدراسة في استخدام الصورة الصحفية المستخدم في عرض الموضوعات الخاصة بقضايا التنمية المحلية حيث كانت الصور الشخصية هي الغالبة في عرض صفحتي الدراسة وهي الأكثر استخداماً.

جدول رقم (24)
الألوان المصاحبة للمادة التحريرية لصحيفتى الدراسة

الصحف / الألوان المصاحبة	أخبار الغربية		القناة		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
ابيض وأسود	48	71.6٪	98	60.5٪	146	63.8٪
ملـون	19	28.4٪	64	39.5٪	83	36.2٪
المجمـوع	67	100٪	162	100٪	229	100٪

(1) مها كامل الطرابشي: مدي اعتماد الجمهور علي الصحف المصرية في معالجتها للازمات الطارئة المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، العدد الثالث، المجلد الثاني يوليو- سبتمبر 2001)، ص 175

يتضح من نتائج الجدول السابق أن أكثر الألوان المصاحبة للمادة التحريرية عند عرض قضايا التنمية المحلية بصحيفتى الدراسة هى اللون الأبيض والأسود بنسبة (63.8٪) فى المرتبة الأولى، ثم الألوان الملونة المصاحبة للمادة التحريرية فى المرتبة الثانية بنسبة(36.2٪).

وبالنسبة لصحف الدراسة كلُ على حدة، ومن خلال نتائج الجدول السابق، يتضح أن أكثر الألوان المصاحبة للمادة التحريرية عند عرض قضايا التنمية المحلية فى صحيفة أخبار الغربية هى اللون الأبيض والأسود بنسبة (71.6 ٪) فى المرتبة الأولى ، تلها الملون فى المرتبة الثانية بنسبة (27.3 ٪).

بينما جاءت أكثر الألوان المصاحبة للمادة التحريرية عند عرض قضايا التنمية المحلية فى صحيفة القناة هى اللون الأبيض والأسود بنسبة (60.5٪) فى المرتبة الأولى ثم الملونة بنسبة (39.5 ٪) فى المرتبة الثانية .

ومما سبق يتضح اختلاف صحف الدراسة فى استخدام الألوان المصاحبة للمادة التحريرية عند عرض قضايا التنمية المحلية، حيث كان اللون الأبيض والأسود هو الأكثر استخداماً فى صحيفتي الدراسة ، وقد كانت الألوان أكثر قليلاً فى الاستخدام فى القناة عن أخبار الغربية حيث بلغت فى صحيفة القناة (39.5٪)، بينما فى أخبار الغربية(28.4 ٪) ويرجع ذلك إلى حرص صحيفة القناة على أن تكون الألوان المصاحبة للمادة التحريرية ملونة لجذب القراء للموضوعات التى تتناول قضايا التنمية المحلية ، هذا من ناحية ومن ناحية أخري نوع الورق المطبوع علي صحيفة القناة ابيض 80جم مما يساعد علي استخدام الألوان بشكل أكبر وأكثر جاذبية.

جدول رقم (25)

الموقع بصحف الدراسة

الصحف	أخبار الغربية		القناة		المجموع	
موقع عرض الموضوع	ك	٪	ك	٪	ك	٪
داخلية	56	٪83.6	143	٪88.3	199	٪86.9
أولي	7	٪10.4	7	٪4.3	14	٪6.1
أخيرة	4	٪6	12	٪7.4	16	٪7
المجمـوع	67	٪100	162	٪100	229	٪100

يتضح من نتائج الجدول السابق أن أكثر موقع لعرض قضايا التنمية المحلية في صحفيتي الدراسة هو الصفحات الداخلية بنسبة (٪86.9) في المرتبة الأولي ، ثم الصفحات الأخيرة بنسبة (٪7) في المرتبة الثانية، ثم الصفحات الأولي بنسبة (٪6.1) في المرتبة الثالثة.

بالنسبة لصحف الدراسة كلاً علي حدا ، ومن خلال نتائج الجدول السابق يتضح أن أكثر موقع لعرض قضايا التنمية المحلية في صحفية أخبار الغربية هي الصفحات الداخلية بنسبة (٪83.6) في المرتبة الأولي، ثم الصفحة الأولي بنسبة (٪10.4) في المرتبة الثانية، وأخيراً الصفحة الأخيرة بنسبة (٪6) في المرتبة الثالثة.

بينما جاءت أكثر المواقع لعرض قضايا التنمية المحلية بصحيفة القناة هي الصفحات الداخلية بنسبة (٪88.3) في المرحلة الأولي ، ثم الصفحة الأخيرة بنسبة (٪7.4)، ثم الصفحات الأولي بنسبة (٪3.4) في المرحلة الثالثة.

مما سبق يتضح أن أكثر المواقع لعرض الموضوعات القضايا الخاصة بالتنمية المحلية علي صفحات صحف الدراسة كانت الصفحات الداخلية ، بينما كانت الصفحات الأولي في صحيفة أخبار الغربية في المرتبة الثانية ، ومركزه في هذه الصفحة التي تحظي بدرجة عالية من القراءة بين كافة المستويات وفئات الجمهور، وأيضاً ركزت جريدة القناة علي الصفحات الأخيرة بعض المواد بالألوان الجذابة التي تزيد من درجة المقروء عند القراء للصحف الإقليمية ، واهتمت صحف الدراسة بشكل أكبر علي الصفحات الداخلية مما يتيح مساحات أكبر لعرض التحقيقات والتقارير والمقالات التي تناول قضايا التنمية المحلية في محافظات الدراسة.

جدول رقم (26)

الموقع علي الصفحة بصحيفتي الدراسة

الصحف / الموقع علي الصفحة	أخبار الغربية		القناة		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أعلي يمين الصفحة	21	٪31.3	45	٪27.8	66	٪28.8
أعلي يسار الصفحة	12	٪17.9	19	٪11.7	31	٪13.5
قلب الصفحة	18	٪26.9	31	٪19.1	49	٪21.4
أسفل يمين الصفحة	9	٪13.4	42	٪25.9	51	٪22.3
أسفل يسار الصفحة	7	٪10.4	25	٪15.4	32	٪14
المجمـوع	67	٪100	162	٪100	229	٪100

يتضح من نتائج الجدول السابق أن أكثر موقع لعرض قضايا التنمية المحلية علي الصفحة بصحف الدراسة هو موقع أعلي يمين الصفحة بنسبة (28.8٪) في المرتبة الأولي ، ثم أسفل يمين الصفحة بنسبة (22.3٪) في المرتبة الثانية، ثم قلب الصفحة بنسبة (21.4٪) في المرتبة الثالثة ، ثم أسفل يسار الصفحة في المرتبة الرابعة بنسبة (14٪) ، وأخيراً أعلي يسار الصفحة بنسبة (13.5٪) في المرتبة الخامسة الأخيرة.

وبالنسبة لصحف الدراسة كلاً علي حدا، ومن خلال نتائج الجدول السابق ، يتضح أن أكثر المواقع لعرض ونشر قضايا التنمية المحلية علي صفحات صحيفة أخبار الغربية هو موقع أعلي يمين الصفحة بنسبة (31.3٪) في المرتبة الأولي، ثم قلب الصفحة في المرتبة الثانية بنسبة (26.9٪)، ثم أعلي اليسار الصفحة في المرتبة الثالثة بنسبة (17.9٪) ، ثم أسفل يمين الصفحة بنسبة (13.4٪) في المرتبة الرابعة، وأخيراً أسفل يسار الصفحة بنسبة (10.4٪) في المرتبة الخامسة الأخيرة.

بينما جاء أكثر موقع لنشر قضايا التنمية المحلية علي صفحات صحيفة القناة هي أعلي الصفحة يمين بنسبة (27.8٪) في المرتبة الأولي، ثم أسفل يمين الصفحة بنسبة (25.9٪) في المرتبة الثانية ، ثم قلب الصفحة بنسبة (19.1٪) في المرحلة الثالثة، ثم أسفل يسار الصفحة في المرتبة الرابعة بنسبة (15.4٪)، وأخيراً في المرتبة الخامسة أعلي يسار الصفحة بنسبة (11.7٪).

مما سبق يتضح اختلاف صحيفتي الدراسة في تحديد أي موقع علي الصفحة يتم فيه عرض الموضوعات والقضايا المتعلقة بالتنمية المحلية ، فقد كان

أكثر موقع لعرض هذه الموضوعات في صحيفتي الدراسة كان أعلي يمين الصفحة ثم اختلفت المواقع فجاء قلب الصفحة في المرتبة الثانية في أخبار الغربية ، فيما جاء أسفل يمين الصفحة في المرتبة الثانية في صحيفة القناة ، فيما جاء أعلي يسار الصفحة في المرتبة الثالثة في صحيفة أخبار الغربية بينما جاء قلب الصفحة في المرتبة الثالثة، واختلف الترتيب بين صحيفتي الدراسة وهذا يؤكد أن السياسة الإخراجية لكل صحيفة قد تختلف من صحيفة أخري طبقا لسياسة الجريدة أو وجهة نظر سكرتير التحرير داخل صحيفتة.

ثانياً : فئات تحليل المضمون " ماذا قيل "

جدول رقم (27)
فئة تحليل قضايا التنمية المحلية

م	الصحف الإقليمية قضايا التنمية المحلية	أخبار الغربية		القناة		المجموع	
		ك	٪	ك	٪	ك	٪
1	المشكلة السكانية	3	٪4.4	15	٪9.2	18	٪78
2	الإسكان	14	٪20.9	21	٪13	35	٪15.4
3	الفقر	3	٪4.4	4	٪2.5	7	٪3.8
4	الخدمات الصحية	8	٪11.9	24	٪14.8	32	٪14
5	تلوث البيئة	7	٪10.7	14	٪8.6	21	9.2
6	مشاكل التعليم	12	٪17.9	25	٪15.4	37	٪16.1
7	البطالة	8	٪11.9	19	٪11.7	27	٪11.8
8	مشاكل الأراضي الزراعية	4	٪6	7	٪4.3	11	٪4.8
9	الأمية	4	٪6	25	٪15.4	29	٪12.7

م	قضايا التنمية المحلية الصحف الإقليمية	أخبار الغربية		القناة		المجموع	
		ك	٪	ك	٪	ك	٪
10	العادات والتقاليد السلبية	4	٪6	8	٪4.9	12	٪5.2
	المجموع	67	٪100	162	٪100	229	٪100

يتضح من نتائج الجدول السابق أن أهم قضايا التنمية المحلية في صحف الدراسة أثناء فترة التحليل والأكثر تناولاً هي قضية التعليم (٪16.1) في المرتبة الأولي، وذلك لان التعليم من أهم القضايا التي أولتها الدولة اهتماماً خاصاً حيث أعلن الرئيس السابق أن التعليم هو المشروع القومي الأول لمواجهة المستقبل وتحدياته، حيث شهدت فترة التحليل تنفيذ منظومة متكاملة لتطوير التعليم والارتقاء بمستوي العملية التعليمية، بالإضافة إلي تنوع المادة الصحفية حول قضايا التعليم خلال فترة التحليل وتنوع فنون التحرير الصحفي التي تناولت قضايا التعليم ما بين التحقيقات والأخبار والمقالات الأحاديث والتقارير الصحفية فى إعداد الصحيفة في الصحف محل الدراسة.

ومن النماذج الصحفية المنشورة لصحف الدراسة حول هذه القضية:

- زيادة عدد المدرسين بعقود إلي 3185 مدرس ومضاعفة رواتبهم.
- كان الله في عون أولياء الأمور مستلزمات الدراسة زادت أسعارها 30٪.
- الانتهاء من صيانة 32 مدرسة في مختلف الإدارات التعليمية.
- الدروس الخصوصية بكليات الطب سرطان جديد داخل الحرم الجامعي.
- امتحان كلية الطب سبوبه للمرضى.

وفي المرتبة الثانية جاءت قضايا الإسكان بنسبة (15.41٪) نظراً لأهمية المشكلة وقيام الدولة بمواجهة المشكلة عن طريق توفير وحدات سكنية بأسعار ملائمة تتناسب مع الشباب، وفي هذا الصدد، أقامت العديد من المشروعات السكنية منها مشروع مبارك القومي لإسكان الشباب، ومشروع إسكان المستقبل لمحدودى الدخل ، وتشجيع القطاع الخاص علي الاستثمار في مجال الإسكان.

ومن النماذج الصحفية المنشورة لصحف الدراسة حول مشاكل وقضايا الإسكان هي: - خمس منافذ جديدة لتلقي طلبات إسكان مبارك.

ثم جاءت قضية الخدمات الصحية في المرتبة الثالثة بنسبة (14٪)، حيث اهتمت صحف الدراسة في فترة التحليل بالقضايا الصحية ،والخدمات الصحية المقدمة للمواطنين، ومد مظلة التأمين الصحي لتشمل أكبر عدد من المواطنين، وتوفير الأدوية والأمصال الواقية للأطفال والجديد في البحث العلمي لعلاج الأمراض الحديثة علي المجتمع المصري، وكان لأثرها العديد من الانعكاسات، تمثلت في حالة الرعب الشديد والخوف الذي ساد الغالبية العظمي من الشعب المصري بسبب أكتشافها دائما من خلال التحاليل المطلوبة للسفر أو لغيرة من الوظائف.

ومن النماذج الصحفية المنشورة بصحف الدراسة:

- الجهود الذاتية قد حلت مشكلة " الأنسولين" وأجهزة قياس ل 100 حقل مجانا.
- حملة ناجحة للتطعيم ضد شلل الأطفال.
- القوافل الطبية أنقذت البسطاء من المرض والمستشفيات الإستثمارية.
- معهد أورام طنطا أحداهم مراكز علاج السرطان في الشرق الأوسط.
- غرف عمليات برئاسة المحافظ لمتابعة أنفلونزا الطيور.

- علاج فيرس C بالطحالب انجاز مصرى 100٪ وأمل أكيد ل12 مليون مريض.
- الغربية أكثر المحافظات إنفاقاً على فيرس C

وجاءت الأمية في المرتبة الرابعة بنسبة (21.7٪) خاصة أن خلال فترة التحليل كان العقد الثاني لمحو الأمية في الفترة من 2000 حتي 2010 ، وثم عمل حصر مبدئي للاميين 8.5 مليون أمي وبدأ تنفيذ برنامج لمحو أمية 2.5 مليون سنويا لمده 4 سنوات عن طريق تشغيل 150 ألف من شباب الخرجين في فرص عمل مؤقتة، ولما تمثله هذه القضية من تحداً أساسي لمعظم دول العالم النامي ولخطورتها علي جهود التنمية الاقتصادية، كذلك اهتمت الدولة بمعالجة هذه القضية باعتبارها قضية قومية.

ومن النماذج الصحفية المنشورة في صحف الدراسة حول هذه القضية:

- أفكار غير تقليدية... لانتصار علي الأمية.
- مكافأة خاصة للمتميزين في مشروع محو الأمية.
- اللواء الفخراني تعليم 30 مواطناً شرط أساس لتعين الخرجين.
- تكاتف وتضافر جميع الجهود للانتهاء من الأمية.
- خطة لإعلان الإسماعيلية خالية من الأمية خلال عام 2010.
- قطار الأمية ينطلق بسرعة في الإسماعيلية للوصول إلي محطة النور والمعرفة.

وجاءت تغطية البطالة في المرتبة الخامسة بنسبة (11.8٪) حيث يعاني المجتمع المصري من ازدياد معدل البطالة الإجبارية، (وهي عبارة عن شريحة من المجتمع قادرة علي العمل وراغبة فيه عند مستويات الأجور السائدة ولا تجد هذا

العمل)، وتقدر البطالة الحالية نحو 2.5مليون متعطل بمعدل يناهز (11٪) البطالة الحالية هي بطالة متعلمين بالدرجة الأولي ولذا اهتمت الدولة بجميع مؤسستها بحل ومعالجة هذه المشكلة.

- **ومن النماذج الصحفية المنشورة في صحف الدراسة حول هذه القضية:**

- فرص عمل جديدة للشباب في المناطق الحرة الصناعية بالغربية.
- إنشاء معارض دائمة لتسويق منتجات الشباب بالإسماعيلية.
- إقامة 15 مشروع استثمارياً بتكلفة 18 مليون جنية بالغربية.

بينما جاءت قضية تلوث البيئة في المرتبة السادسة بنسبة (9.2٪)، لان حماية البيئة من التلوث تعتبر من أخطر التحديات التي تواجه المجتمع، فالاهتمام بالبيئة يعد أحد أركان التنمية المستدامة، ومن ثم شجعت الدولة كافة المنظمات والهيئات الشعبية التي تعمل من اجل حماية البيئة في مصر، للمحافظة علي البيئة وعلاج القضايا الخاصة بها.

- **ومن النماذج المنشورة في صحف الدراسة حول هذه القضية**

- إزالة الأبراج الغير مرخصة.
- المياه أغرقت شوارع المدينة...و14 سيارة معطلة.
- مكافحة استخدام المبيدات يقلل الإصابة بأمراض الكبد.
- مناقشات ساخنة حول تلوث بعض أنواع الأدوية.
- إزالة 960 طلمبه حبشيه فى الغربية حفاظاً علي صحة المواطنين.
- حظر تشغيل المكامير والقواخير بالغربية 0

بينما جاءت القضية السكانية فى المرتبة السابعة بنسبة (7.8 ٪) برغم حرص الدولة على معالجتها باعتبارها التحدى الحقيقى الذى يعوق مسيرة التنمية.

ومن النماذج الصحفية المنشورة في صحف الدراسة حول هذه القضية .

- انخفاض فى نسبة المواليد بفضل التوعية الجيدة بمخاطر الزيادة السكانية .
- مؤتمر تفعيل الشراكة بين مؤسسات المجتمع المدنى والمؤسسات الحكومية فى التصدى للمشكلة السكنية .
- المشكلة السكانية .... التحدى الحقيقى للتنمية .
- المشكلة السكانية .... ندوات ولقاءات إعلامية .
- ندوه حول أهمية دور الأعلام المجتمع المدنى فى حل المشكلة السكنية .

فى المرتبة الثامنة جاءت قضية العادات والتقاليد السلبية بنسبة (5.2 ٪)، وهذه القضية تتغلل بقوة في المجتمع بحيث تصبح جزءاً من حياة الأفراد، وهي من القوة بمكان بحيث لا يمكن تغييرها بسهولة أو حتي السيطرة علي الجوانب السلبية منها، وما من نظام إجتماعي أو حتي قانوني يمكنه السيطرة عليها بل نجد ان واضعي القوانين أحياناً يراعون كثيرا من هذه العادات أثناء إعدادهم للقوانين التي تنظم حياة المجتمع، حتي أن هناك بعض القوانين تتحول مع الزمن إلى عادة وهنا يصبح القانون قوياً والإلتزام به أقوي ومن هذا المنطلق احتلت هذه القضية جانب كبير من اهتمام صحف الدراسة .

وجاءت قضية الأراضى الزراعية فى المرتبة التاسعة بنسبة (4.8 ٪) وتنوعت الفنون الصحفية التى تحدثت عن مشكلة الارضى الزراعية فى محافظتى

الدراسة، فنجد من تناول القضية من جانب وقف تجريف الأرض الزراعية، وآخر تناول ترك الأرض الزراعية غير منزرعة، ولكن فى النهاية الكل كان يؤكد عل ى أهمية وقف تدمير الأراضي الزراعية والتي تعد مورد اً أساسياً للمواطنين ، وأخيرا جاءت قضية الفقر بنسبة (3.8٪)، برغم تقرير الأمم المتحدة عن التنمية البشرية لعام 2007 أفاد أن 14 مليون مصري يعيشون تحت خط الفقر، بينهم أربعة ملايين لا يجدون قوت يومهم، لتبقي مصر في المركز 111 بين دول العالم الأكثر فقرًا. ويرجع ذلك إلى أن أغلب الفقراء في مصر يعيشون في محافظات الوجه القبلي حيث تبلغ نسبة الفقراء فيها حوالي (35.2٪) من إجمالي عدد السكان، بينما تنخفض نسبة الفقراء بالوجه البحري لتصل إلي (13.1٪) هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى أن الكثير من الفنون الصحفية لم توظف بشكل جيد لمعالجة القضية .

جدول رقم (28)
فئة المصادر الصحفية

	الصحف المصادر الصحفية	أخبار الغربية		القناة		الإجمالى	
		ك	٪	ك	٪	ك	٪
1	كاتب صحفى	12	٪18	60	٪37.1	72	٪31.4
2	مندوب صحفى	25	٪37.3	42	٪25.9	67	٪29.3
3	كاتب متخصص من الخارج	8	٪11.9	14	٪8.6	22	٪9.6
4	رسائل القراءة	9	٪13.4	17	٪10.5	26	٪11.4
5	وكالات الإنباء	2	٪3	2	٪1.2	4	٪1.7

6	أخرى تذكر	11	16.4٪	27	16.7٪	38	16.6٪
	المجموع	67	100٪	162	100٪	299	100٪

يتضح من نتائج الجدول السابق الخاص بفئة أهم المصادر الصحفية التى تعتمد عليها صحف الدراسة فى معالجة قضايا التنمية المحلية ،كان الكاتب الصحفى بنسبة(31.4٪) فى المرتبة الأولى ، وهذه دالة تؤكد حرص الصحفيين على عرض وتحليل وتفسير و نقد قضايا التنمية المحلية على صفحات صفحة الدراسة بطرق متعمقة ومتعددة تبرز أوجه النظر المختلفة حول قضايا التنمية المحلية.

وفى المرتبة الثانية جاء المندوب الصحفى بنسبة (29.3 ٪)، ثم مصادر أخرى تذكر فى المرتبة الثالثة بنسبة (16.6٪)، والتى تمثلت فى (بدون مصدر والندوات العلمية)، ثم رسائل القراءة فى المرتبة الرابعة بنسبة (11.4 ٪)، وفي المرتبة الخامسة جاء كاتب متخصص من الخارج بنسبة (9.6٪)، والكاتب من الخارج في هذه الدراسة هم أساتذة الجامعة المتخصصين وأيضاً التنفيذيين، وفي المرتبة السادسة الأخيرة اعتمدت الدراسة علي وكالات الأنباء بنسبة (1.7٪).

وتتفق نتائج الدراسة مع ما توصلت دراسة *White & Gilliam* (1) في أن الكاتب الصحفي جاء في المرتبة الأولي بنسبة (38٪) من إجمالي اعضاء الصحفية، بينما اختلفت معها في أن الكاتب من الخارج جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة (6.4٪) وهذه الفئة تشمل كل من المتخصصين في مجالات التنمية المختلفة.

---

(1) *George White & Franklin .D. Gilliam Jr: Health case coverage in the Harford courante A content audit Report U.S.A communications workshop .111 UCIA center for communication and community , ,April,3,2004,p33*

وبالنسبة لصحف الدراسة كلا علي حدة ، ومن خلال نتائج الجدول السابق، يتضح أن أهم المصادر الصحفية التي اعتمدت عليها صحيفة أخبار الغربية كان المندوب الصحفي بنسبة (37.3٪) في معالجة قضايا التنمية المحلية في المرتبة الأولي، ثم الكاتب الصحفي بنسبة (18٪) في المرتبة الثانية وجاءت مصادر أخري في المرتبة الثالثة بنسبة (16.4٪)، ثم رسائل القراء في المرتبة الرابعة بنسبة (13.4٪)، ثم كاتب متخصص في الخارج بنسبة (11.9٪)، في المرتبة الخامسة، وأخيراً وكالات الأنباء بنسبة (3٪).

بينما جاءت أهم المصادر الصحفية التي اعتمدت عليها صحيفة القناة في معالجة قضايا التنمية المحلية كان الكاتب الصحفي في المرتبة الأولي بنسبة (37.1٪)، وجاء المندوب الصحفي في المرتبة الثانية بنسبة (25.9٪)، ثم أخري تركز في المرتبة الثالثة بنسبة (16.7٪)، ثم رسائل القراء في المرتبة الرابعة بنسبة (10.5٪) وجاء الكاتب المتخصص من الخارج في المرتبة الخامسة بنسبة (8.6٪)، وأخيراً جاءت وكالات الأنباء بنسبة (1.2٪).

ومما سبق يتضح اتفاق صحف الدراسة على أهمية الكاتب الصحفى حيث احتل المرتبة الأولي في صحيفة "القناة" والمرتبة الثانية في أخبار الغربية، والمندوب الصحفي حيث أحتل المرتبة الأولي في أخبار الغربية، المرتبة الثانية في صحيفة القناة، وأخري تزكر احتلت المرتبة الثالثة كمصدر لمعالجة قضايا التنمية المحلية في كلا الصحفيين، واحتلت وكالات الأنباء المرتبة الأخيرة في صحف الدراسة.

جدول رقم (29)

نوع الجمهور الموجه إلية الموضوعات المنشورة بصحف الدراسة

	الصحف / الجمهور	أخبار الغربية		القناة		الإجمالى	
		ك	٪	ك	٪	ك	٪
1	عام	51	76.1٪	136	84٪	187	81.7٪
2	متخصص	16	23.9٪	26	16٪	42	18.3٪
	المجموع	67	100٪	162	100٪	299	100٪

يتضح من نتائج الجدول السابق، أن الجمهور المستهدف من عرض قضايا التنمية المحلية في صحف هو الجمهور العام بنسبة (81.7٪)، ويدل ذلك علي حرص الصحف علي الاهتمام بالجمهور العام في معالجة قضايا التنمية المحلية التي تهمه، حيث تبين أن أغلب القضايا كانت واضحة للجمهور العام، ثم جاء الجمهور المتخصص بنسبة (18.3٪)، وهو في معظمه يمثل جمهور المهتمين بقضايا التنمية المحلية ، وبخاصة المتعلقة بالبيئة وحمايتها من التلوث، القضية السكانية والتعليم، وقد ظهر ذلك جلياً من خلال الموضوعات التي كانت تمثل مشاكل يواجهها الرأي العام.

وتلعب وسائل الإعلام الإقليمية دوراً حيوياً وفعالاً في عملية تزويد أفراد الجمهور بالمعلومات المتعلقة بقضايا التنمية المحلية الهامة.

وبالنسبة لصحف الدراسة كلُ علي حدة ، ومن خلال نتائج الجدول السابق، يتضح أن الجمهور العام المستهدف في معالجة قضايا التنمية المحلية في

صحيفة أخبار الغربية بنسبة (76.1٪) في المرتبة الأولي ، والمتخصص وبنسبة (23.9٪) في المرتبة الثانية.

بينما جاء الجمهور المستهدف من معالجة قضايا التنمية المحلية في صحيفة القناة الجمهور العام بنسبة (84٪) في المرتبة الأولي والمتخصص بنسبة (16٪) في المرتبة الثانية.

جدول رقم (30)

الهدف من الموضوعات المنشورة لصحف الدراسة

الصحف / الهدف	أخبار الغربية		القناة		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
إخباري وإعلامي	42	62.8٪	114	70.3٪	156	68.1٪
تعليمي وتثقيفي	15	22.4٪	28	17.3	43	18.8٪
توجيه وإرشاد	4	6٪	14	8.6٪	18	7.9٪
تحذيري	3	4.4٪	2	1.2٪	5	2.2٪
أخري تذكر	3	4.4٪	4	2.5٪	7	3٪
المجموع	67	100٪	162	100٪	299	100٪

يتضح من نتائج الجدول السابق أن أكثر الأهداف المنشورة من الموضوعات المنشورة لصحف الدراسة هو الهدف الإخباري الإعلامي بنسبة (68.1٪) في المرتبة الأولي بالنسبة لفئات الهدف من نشر قضايا التنمية المحلية ويبرر ذلك حيادية الجريدة في تقديمها لقضايا الدراسة، ورغبة صحف الدراسة في نشر كل الأخبار الجديدة في مجال التنمية المحلية والتي تتميز بوفرة الأخبار والمعلومات، والبيانات الجديدة كل يوم، وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي

توصلنا إليها، وهي غلبت قالب الخير علي القوالب الصحفية التي تناولت قضايا التنمية المحلية بصحف الدراسة في بداية الدراسة التحليلية.

في حين جاء في المرتبة الثانية الهدف التعليمي التثقيفي بنسبة (18.8٪) من إجمالي الأهداف من القضايا المنشورة في صحف الدراسة خلال فترة التحليل وجاء هذا الهدف في شكل مقالات مكتوبة من متخصصين وتنفيذيين في مجالات التنمية المحلية بهدف تثقيف وتعليم الجمهور، وجاء في المرتبة الثالثة هدف التوجيه والإرشاد بنسبة (7.9٪) من إجمالي الأهداف المنشورة في صحف الدراسة خلال فترة التحليل، وجاءت اغلبها حول حملات شلل الأطفال الناجحة والمكافحة للكيماويات بشكل أفضل، الطرق المثلي لحماية البيئة والحفاظ عليها من التلوث، وجاء في المرتبة الرابعة فئة أهداف أخري تركز بنسبة (3٪) من إجمالي الأهداف من الموضوعات المنشورة حول التنمية المحلية بصحف الدراسة خلال فترة التحليل، وتمثلت في رسائل القراء وموضوعات أخري بدون محرر.

وجاء في المرتبة الخامسة والأخيرة هدف تحذيري بنسبة (2.2٪) من إجمالي الأهداف المنشورة حول قضية التنمية المحلية في صحف الدراسة، ويبين ذلك حرص صحف الدراسة علي التوعية والتحذير من أخطار تلوث البيئة والزيادة السكانية علي جهود التنمية.

وبالنسبة لصحف الدراسة كلاً علي حدة ، ومن نتائج الجدول السابق يتضح أن أكثر الأهداف المنشورة من القضايا وموضوعات التنمية المحلية بصحيفة أخبار الغربية كان الهدف الإعلامي والإخباري في المرتبة الأولي بنسبة (62.8٪)، ثم الهدف التعليمي والتثقيفي بنسبة (22.4٪) في المرتبة الثانية ، ثم

هدف التوجيه والإرشاد في المرتبة الثالثة بنسبة (1.6٪) ، وجاء في المرتبة الأخيرة بالتساوي كل من الهدف التحذيري وأخري تذكر بنسبة (4.4٪).

بينما جاءت أكثر الأهداف المنشورة في صحيفة القناة حول الموضوعات وقضايا التنمية المحلية هو الهدف الإخباري الإعلامي بنسبة (70.3٪) في المرتبة الأولي، ثم جاء الهدف التعليم والتثقيفي في المرتبة الثانية بنسبة (17.3٪)، ثم التوجيه والإرشاد في المرتبة الثالثة بنسبة (8.6٪)، ثم أخري تذكر بنسبة (2.2٪) وجاء الهدف التحذيري في المرتبة الأخيرة بنسبة (1.2٪).

ومما سبق يتضح أتفاق صحف الدراسة علي أن الهدف الإعلامي والإخباري هو أهم الأهداف المنشورة من تناول قضايا التنمية المحلية في الصحف الإقليمية محل الدراسة، وجاء الهدف التعليمي التثقيفي في الترتيب الثاني والتوجيه والإرشاد في الترتيب الثالث فيما كان الهدف أخري تذكر في الترتيب الرابع في أخبار القناة وكان الأخير فى أخبار الغربية ، وهذا يوضح اختلاف اتجاهات الصحف في عرض الموضوعات الخاصة بقضايا التنمية المحلية بشكل ضئيل.

المـــراجـــع

أولا: المراجع العربية :

1- إبراهيم الغمرى: السلوك الانسانى، (الإسكندرية: دار الجامعات المصرية، عام 1992).

2- إبراهيم عبد الله المسلمى: الصحافة الإقليمية، (القاهرة، العربى للنشر والتوزيع، 1996).

3- ــــــــــــ: الصحافة الإقليمية، نشأتها وتطورها 1986-1988، (القاهرة،: مطبعة بسم الله، 1988).

4- ــــــــــــ:الإعلام الإقليمى دراسة نظرية وميدانية، (القاهرة :دار الفكر العربى للطبع والنشر، 2004).

5- ــــــــــــ:الراديو والتليفزيون الإقليمى، المفاهيم والوظائف- النشأة والتطور، الاستماع والمشاهدة، (القاهرة: مكتبة العربى، 1996).

6- أحمد بدر: أصول البحث العلمى ومناهجه. (القاهرة: المملكة الأكاديمية، 2001).

7- ــــــــــــ: الاتصال بالجماهير بين الإعلام والدعاية والتمنية (الكويت: وكالة المطبوعات،1999).

8- أحمد رشيد: الإدارة المحلية المفاهيم العملية ونماذج تطبيقية (القاهرة: دار المعارف، 1989) .

9- اسكندر الديك: ومصطفى الأسعد، دور الاتصال فى التنمية الشاملة (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 1998) .

10- إسلام عبد العزيز: الإعلام التنموى (لقاهرة ، دار الفكر العربى ، 2006).

11- إسماعيل عبد البارى: أبعاد التنمية، (القاهرة: دار المعارف، عام 1982) .

12- أمال سيد متولى: مبادئ الاتصال ونظرياته، (الدقهلية: مكتبة الجامعة ، 2002).

13- جابر عبد الحميد وعماد الدين سلطان: الفرد وسيكولوجية الجماعة، (القاهرة: دار النهضة العربية، عام 1994) ص112.

14- جلال الدين الحمامصى: المندوب الصحفى، ط 3 (القاهرة: دار المعارف، 1988) .

15- جيهان أحمد رشتى: نظم الاتصال والإعلام والتنمية، (القاهرة: نهضة مصر، 1999) .

16- ـــــــــــــــــ: الأسس العلمية لنظرية الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربى، 1988).

17- جورج ف جانت: إدارة التنمية، مفهومها، أهدافها، وسائلها، ترجمة منير لبيب موسى، (القاهرة: دار المعارف، عام 1989).

18- حسن درويش عبد الحميد: الإنسان المصرى ودوره فى التنمية (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب 1984) .

19- حسن عماد مكاوى، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة ط 4، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، عام 2003).

20- حسنى محمد نصر، وعبد الله الكندى : الإعلام الدولى: النظريات- الاتجاهات- الملكيةط 1 (الإمارات العربية المتحدة،: دار الكتاب الجامعى، 2003)

21- حسين فوزى النجار: الإعلام المعاصر (القاهرة:دار المعارف عام 1984).

22- خليل صابات: وسائل الإعلام، نشأتها وتطورها (القاهرة:مكتبة الانجلو المصرية، 1986) .

23- رشيد احمد عبد الطيف: أساليب التخطيط للتنمية، (القاهرة: المكتبة الجامعية، 2002).

24- سامى الشريف: الإذاعة المحلية، الفكرة والتطبيق،(القاهرة الفكر العربى للطبع والنشر، 1998).

25- سامى طايع: بحوث الإعلام. (القاهرة: دار المعرفة العربية، 2001م) .

26- سامية جابر: الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث: النظرية والتطبيق. (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية 1999) .

27- سامية جابر: وآخرون الإعلام والمجتمع نحو منظور اجتماعى ونقدى للاتصال الجماهيرى، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1997).

28- ستانلى جونسون وجوليان هاريس: استقاء الأنباء فن: صحافة الخبر، ترجمة: وديع فلسطين (القاهرة، دار المعارف 1960).

29- سلوى إمام: وسائل الإعلام وقضايا البيئة، دراسة تطبيقية على مصر، (القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية، 1998) .

30- سليمان صالح: الإعلام الدولى، ط 1، (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003).

31- سمير جاد: البرامج التليفزيونية والإعلام الثقافى (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987).

32- سمير محمد حسين: بحوث الإعلام: دراسات فى منهج البحث العلمى. ط 3 (القاهرة: عالم الكتب، 1999).

33- السيد البهنسى حسن: (وسائل الإعلام المحلية فى مصر نشأتها وتطورها، (القاهرة: دار أبو المجد ، 1998) .

34- السيد الحسينى: مفاهيم علم الاجتماع، (القاهرة: جامعة عين شمس، 1984).

35- السيد محمد خيرى: الإحصاء فى البحوث النفسية والتربوية الاجتماعية، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1990).

36- شاكر إبراهيم: الإعلام ودوره فى التنمية، (ليبيا: المنشاة الشعبية للنشر والتوزيع، ط1 عام 1990).

37- شاهيناز طلعت: الرأى العام، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية عام 1998).

38- ـــــــــــــــ: وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية: دراسة نظرية مقارنة وميدانية فى المجتمع الريفى (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1986).

39- صالح الدين محمود علام: الأساليب الإحصائية الاستدلالية البارامترية واللابارا مترية فى تحليل بيانات البحوث النفسية والتربوية، الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفكر العربى، 1995) .

40- صلاح الدين حافظ: أحزان حرية الصحافة، (القاهرة : مركز الأهرام للترجمة والنشر، ط1، 1993).

41- صلاح العبد: علم الاجتماع التطبيقى وتنمية المجتمع العربى (القاهرة: دار التعاون للطبع والنشر، 1992).

42- ــــــــــــــــ: علم الاجتماع التطبيقى وتنمية المجتمع العربى (القاهرة: دار التعارف للطبع والنشر، عام 1972).

43- طارق سيد أحمد: الإعلام المحلى وقضايا المجتمع (الإسكندرية : دارة المعرفة الجامعية 2004).

44- طلعت حسن عبد الرحيم همام: قاموس العلوم النفسية والاجتماعية، (بيروت: مؤسسة الرسالة، ط1، 1994).

45- عاطف عدلي العبد: تقييم وتنفيذ استطلاعات الرأى العام: الأسس النظرية والمناهج التطبيقية (القاهرة: دار الفكر العربى، 2002).

46- ــــــــــــــــ: الرأى العام وطرق قياسه: الأسس النظرية والجوانب المنهجية- النماذج التطبيقية والتدريبات العملية (القاهرة، دار الفكر العربى 2009).

47- عاطف عدلي العبد: الإذاعة والتليفزيون فى مصر – الماضى والحاضر والآفاق المستقبلية (القاهرة: دار الفكر العربى2002).

48- ــــــــــــــــ: الإعلام والتنمية، (القاهرة: مكتبة فيروز، المعادى مارس2002).

49- عاطف عدلى العبد و زكى عزمى: الأسلوب الإحصائى واستخداماته فى بحوث الإعلام والرأى العام (القاهرة: دار الفكر العربى، 1999).

50- عبد الباسط عبد المعطى: الوعى التنموى العربى، ممارسة بحثية، (القاهرة: دار الموقف العربى للطباعة والنشر والتوزيع، 1985).

51- عبد الحكيم بدران: الإعلام والتوعية العلمية (القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، 2004).

52- عبد الحليم محمود السيد: علم النفس الاجتماعى والإعلام، المفاهيم الأساسية، (القاهرة: دار الثقافة للطباعة والنشر، 1989).

53- عبد الرحمن عيسوى: دراسات فى علم النفس الاجتماعى، (القاهرة: دار الفكر العربى، 1992).

54- عبد العزيز الغنام: مدخل إلى علم الصحافة (القاهرة: الإنجلو المصرية، 1992).

55- عبد المجيد شكرى: الأعلام المحلى فى ضوء متغيرات العصر، (القاهرة: دار الفكر العربى للنشر والتوزيع ، 2007).

56- ـــــــــــــــــــــ: الإعلام المحلى: رؤية مستقبلية. ط 1. (القاهرة: العربى للنشر والتوزيع، 2003م).

57- عبد المنعم الميلادى: الإعلام التنموى(الإسكندرية :مؤسسة شباب الجامعة ،2007).

58- عبد الهادى الجوهرى وآخرون: دراسات فى التنمية الاجتماعية، (أسيوط: مكتبة الطليعة، عام 1988).

59- عبد الهادى الجوهرى: علم الاجتماع، (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، 1984)، ص 84.
60- عبد الهادى والى: قضايا الإعلام والاتصال ،(الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1999).
61- عدلى رضا: دور الإذاعات وقنوات التليفزيون الإقليمية فى مصر، دراسة ميدانية، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام 1997).
62- عدلى على أبو طاحون: مناهج وإجراءات البحث العلمى (الإسكندرية: المكتب الجامعى الحديث، 1998) .
63- عمر الخطيب: الإعلام التنموى، (الرياض: دار العلوم للطباعة والنشر 1983).
64- فرج الكامل: بحوث الإعلام والرأى العام : تصميمها وإجراؤها وتحليلها (القاهرة : دار النشر للجامعات ، 2001).
65- ـــــــــــــــ : تأثير وسائل الاتصال، الأسس النفسية الاجتماعية (القاهرة: دار الفكر العربى 1999).
66- فريال مهنا: الإعلام وقضايا التنمية فى سورية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد الثالث سبتمبر 1998).
67- كرم شلبى: معجم المصالحات الإعلامية، (القاهرة: دار الشروق ، 1989).
68- ليلى عبد المجيد: سياسات الاتصال فى العالم الثالث، (القاهرة: الطبعى العربى للنشر والتوزيع 1986) الدسوقى إبراهيم، التليفزيون والتنمية ، (الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2004).

69- م. دى فلور: س. بال روكاخ، نظريات الإعلام" ترجمة محمد ناجى الجوهر، (الأردن، جامعة اليرموك، دار الأمل للنشر والتوزيع، ط1، عام 1994).

70- ماجى الحلوانى، عاطف العبد: الأنظمة الإذاعية فى الدول العربية، (القاهرة: دار الفكر العربى، 1987).

71- محمد الوفائى: مناهج البحث فى الدراسات الاجتماعية الإعلامية، ط 1، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية1999).

72- محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية، (القاهرة: دار المعارف، 1979).

73- ــــــــــــــ: الإعلام والتنمية، (القاهرة: دار الفكر العربى، عام 1995).

74- محمد شطاح: الإعلام التليفزيونى (القاهرة: دار الكتاب الحديث. 2007).

75- محمد عاطف غيث: وآخرون تصميم البحث الاجتماعى بين إستراتيجية والتنفيذ . الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية 1985).

76- محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 1989).

77- ــــــــــــــ: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 1، (القاهرة: عالم الكتب 1997).

78- محمد عبد السميع عثمان: التنمية الاجتماعية، (القاهرة: دار الفكر العربى، 2002).

79- محمد عبد الغنى: الصفوة المصرية والصحافة ، "دراسة فى الاتجاهات والاشباعات" (المنيا: جامعة المنيا ، 2003).

80- محمد قيراط: الإعلام والمجتم ع (الرهانات والتحديات)، (الجزائر : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ،2006).

81- محمد منير حجاب: مهارات الاتصال الإعلاميين والتربويين والدعاة، (القاهرة: دار الفجر عام 2000).

82- محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (القاهرة: مكتبة الدار العالمية 1998).

83- محمود عودة: أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعى. (القاهرة: دار المعارف- 1979).

84- محمود محمد نصر: الإعلام مواقف، ط 1، (جده: مكتبة تهامة، 1413- 1992).

85- محى الدين صابر: التغير الحضارى وتنمية المجتمع، ا(لقاهرة: مركز تنمية المجتمع فى العالم العربى، سرس الليان، 1992).

86- المنصف الشنوفى وآخرون: دراسات إعلامية، (الكويت: دار السلاسل، 2002).

87- منى سعيد الحديدى: سلوى إمام على، الإعلام والمجتمع، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، 2004م).

88- نسمة أحمد البطريق: نظرية الإعلام المرئى، دراسة فى قضايا البحث الاجتماعى، (القاهرة: مكتبة ميدولى ، 1998).

89- نيقولا تيما شيف: نظرية علم الاجتماع، طبيعتها وتطورها، ترجمة محمود عودة وآخرون، (القاهرة: دار المعارف، ط1، 1982)

90- ولبور شرام: أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية ، دور الإعلام فى البلدان النامية، ترجمة محمد فتحى، مراجعة يحيى أبو بكر، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1970)، ص: 248.

91- وليام ل. ريفرز وآخرون: وسائل الإعلام والمجتمع الحديث ترجمة إبراهيم أمام، (القاهرة: دار المعارف، 1975).

92- يوسف مرزوق: الإذاعة الإقليمية وتحقيق أهداف التنمية، (القاهرة: عالم الفكر 1992).

ثانيا : الرسائل علمية :

1- إبراهيم عبد الله المسلمى: والصحافة الإقليمية ودورها فى تنمية المجتمعات المحلية، رسالة ماجستير غير منشورة،(القاهرة: كلية الإعلام، ، 1981).

2- إبراهيم عمارة عبد الرؤوف: ''دور التليفزيون فى تنمية الوعى الاجتماعى للمرأة الريفية'' رسالة دكتوراه. (القاهرة: قسم الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1993).

3- إجلال خليفة: الصحافة الإقليمية فى مصر ودورها فى تنمية المجتمعات المحلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة:كلية الإعلام 1981).

4- أماني أحمد إسماعيل خضر: التليفزيون الإقليمى ورفع مستوى أداء المؤسسات المحلية فى تخطيط وتنفيذ السياسات العامة، رسالة دكتوراه غير منشورة قسم القانون والسياسة (جامعة قناة السويس: كلية التجارة، 1993).

5- إيمان السيد جمعه: التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية بأحد ث الانتخابات الإسرائيلية لدى الشباب

الجامعى المصرى (دراسة مقارنة فى ضوء نظرية فجوة المعرفة)، المؤتمر العلمى السنوى السابع (القاهرة: كلية الإعلام، 2001).

6- إيمان رمضان عبد التواب: دور وسائل الاتصال فى تنمية المجتمعات المحلية، دراسة ميدانية تحليلية على الأنشطة الاتصالية فى عينة من المجتمعات المحلية، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير 1995م).

7- خالد بن سعد عامر الصواعي: ودور الصحافة العمانية في ترتيب أولويات الاهتمام بالقضايا المحلية لدي الرأي العام. رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2005).

8- رفعت محمود البدرى: المعالجة الصحفية لقضية البطالة فى الصحافة المصرية، 1991- 1993، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، 1998).

9- طارق سيد احمد حسن: دور الإعلام الاقليمى فى تناول مشكلات المجتمع المحلى ، دراسة حالة للقناة الخامسة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعه الإسكندرية: كلية الآداب قسم الاجتماع شعبة الإعلام والاتصال، 1996) ص153

10- عدنان حسين محمود: دور القنوات التليفزيونية الإقليمية فى معالجة قضايا التنمية الاجتماعية، رسالة ماجستير غبر منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2003).

11- فدى فؤاد عبد الفتاح سالم: الإعلام الإقليمى، والقضايا الاجتماعية للمرأة المعاصرة، دراسة تطبيقية على برامج المرأة القناة السادسة، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة طنطا: كلية الآداب، قسم اجتماع، 2002).

12- محمد سالم موسى المنفى: دور الصحافة الليبية المحلية فى التوعية بقضايا التنمية البشرية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام 2007).

13- محمود عبد الرحمن: دور الصحافة الزراعية فى تناول بعض المشكلات الريفية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس :كلية الزراعة قسم الاقتصاد الزراعى 1988).

14- منى مجدى فرج : دور القنوات الإقليمية والقيادات المحلية فى ترتيب أولويات القضايا المحلية لدى الجمهور، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2007).

15- ناجى الشهاوى: الصحافة ودروها فى اتخاذ القرار السياسى على مستوى المحليات، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة طنطا : كلية الآداب، قسم الاجتماع، 2003).

16- هند أحمد محمد بدوي: معالجة الصحف للقضايا العلمية وتأثرها علي المعارف العلمية للقراء، دراسة صحية خلال الفترة من 1996 حتي 1998، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام 2000).

17- يوسف محمد أحمد خضر: الإعلام الإقليمى وأثره على الرأى العام المحلى: دراسة تطبيقية على إعلام محافظة الجزيرة بالسودان- رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1998).

ثالثا: الدوريات والمجلات والنشرات

1- إبراهيم حسن مكى : الاتصال الجماهيرى كمصدر للمعلومات الصحية فى المجتمع الكويتى، (المجلة المصرية لبحوث الاتصال العدد التاسع ، يناير1999).

2- اتحاد الإذاعة والتلفيزيون: الخطة الإعلامية العامة 2001 (القاهرة: الإتحاد، 2001).

3- ـــــــــــــــ:الكتاب السنوى، (القاهرة ، الاتحاد، 2009) .

4- ـــــــــــــــ:الكتاب السنوي96/1997(القاهرة: الإتحاد،1997) .

5- بركات عبد العزيز: تخطيط الاتصال لتنمية المجتمعات المحلية فى الوطن العربى، (جامعة القاهرة، مجلة بحوث الاتصال، العدد الثانى عشر، كلية الإعلام، 1999).

6- الجهاز المركزى للتعبئة العامة الإحصاء : التعداد العام للسكان والمنشآت والنتائج النهائية للتعدد والسكان محافظة الغربية (القاهرة: مطابع الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء 2006).

7- حسن على محمد على: الاتجاهات الحديثة فى دراسات الراديو والتليفزيون فى تنمية المجتمعات المحلية فى الدول النامية، المجلة العلمية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة: أغسطس- أكتوبر 2001).

8- رئاسة الجمهورية: موسوعة المجالس القومية المتخصصة، (القاهرة :تقرير المجلس القومى للخدمات والتنمية الاجتماعية الدورة الثامنة والعشرون 2008/2007)

9- زكريا فوده : وسائل الإعلام الجماهيرى وتحقيق التقدم، مجلة الدراسات الإعلامية، للسكان والتنمية والتعمير ،العدد 56 (القاهرة : المركز العربى للدراسات الإعلامية ، يوليو–سبتمبر 2001) .

10- سعد لبيب: الأمن الثقافى فى مجال العمل الإذاعى، مجلة الدراسات إعلامية، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد 49 أكتوبر1989).

11- ________________: وسائل الاتصال وتأثيرها على المجتمع، مجلة البحوث الإعلامية، (جامعة القاهرة: العدد الثالث يناير 1995).

12- شاهيناز بسيونى، العلاقة بين التعرض لوسائل الاتصال وطبيعة الاتجاه نحو الإرهاب دراسة إحصائية المجلة المصرية لبحوث الاتصال، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1997).

13- صفوت الشريف: إستراتيجية الإعلام المصرى وسياسته، (القاهرة: مجلة النيل ، العدد 49، السنة الثانية عشر، الهيئة العامة للاستعلامات، 1992).

14- صلاح قبضايا: أثر الصحافة المطبوعة فى تنمية المجتمعات المحلية، الدراسات الإعلامية، العدد 27: السنة الثامنة، (القاهرة: المركز العربى للدراسات الإعلامية، 1982).

15- عاطف العبد: الإعلام وقضايا البيئة: دراسة تطبيقية على سلطنة عمان، الإعلام العربى وقضايا البيئة، (القاهرة: وقضايا البيئة معهد البحوث والدراسات العربية: 1998).

16- عبد المنعم الصاوى: هل الصحافة مجرد مؤشر من مؤشرات التنمية، مجلة الدراسات الإعلامية، (القاهرة: سبتمبر عام 1998).

17- عزة مصطفى الكحكى: الإعلام وقضايا التنمية فى سورية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد العاشر، أكتوبر 2001).

18- علاء الدين العسكرى: الوسائل الحديثة للاستقبال التليفزيونى، سلسلة بحوث ودراسات تليفزيونية، جهاز تليفزيون الخليج، 1999).

19- على الدين هلال: النظام الدولى الجديد، الواقع الراهن آفاق المستقبل. (القاهرة: مجلة عالم الفكر- العدد 43 يونيو1995).

20- على طليعة الكوارى: نحو فهم أفضل للتنمية باعتبارها عملية حضارية،(القاهرة : مجلة المستقبل العربى، العدد 46، مارس 1993).

21- فاروق أبو زيد: التحديات الإعلامية العربية، مقارنة بين عقدى الخمسينات والثمانينات، (القاهرة: مجلة المستقبل العربى، العدد 128، 1989).

22- فاطمة يوسف القلينى: القيم كما تعكسها الصفحات المحلية: تحليل مضمون صفحة (المحليات) بجريدة الأهرام. ط 1. (القاهرة: مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية وكلية الآداب وجامعة القاهرة 2002).

23- فوزية فهيم: الإذاعات الإقليمية ضرورة عصرية، الدراسات الإعلامية، العدد 24، السنة السادسة المركز العربى للدراسات الإعلامية، القاهرة، 1980).

24- فوزية فهيم: التليفزيون أحدث وسيلة إعلامية، مجلة الفن الإذاعى، العدد (8) (القاهرة: إتحاد الإذاعة والتليفزيون، 1979).

25- ليلى عبد المجيد: "المشاركة الاتصالية فى عملية التنمية المحلية والريفية، بحث مقدم فى ندوة الإعلام والمشاركة فى التنمية التى عقدت فى القاهرة من 8- 9 فبراير 1992 (القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، قسم بحوث الاتصال الجماهيرى 1992).

26- ليلى عبد المجيد:واقع الصحافة المحلية فى مصر، مجلة بحوث الاتصال، العدد الثالث يوليو 1990، (تصدر عن كلية الإعلام ، 1990).

27- محمد السماك ودور الإعلام فى التأثير على الثقافات والمعتقدات، مجلة الدراسات الإعلامية، (القاهرة: العدد رقم 82 يناير- مارس 1996).

28- محمد سيد محمد: الإعلام الإقليمى فى القرن الحادى والعشرين، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد (55) (القاهرة: المركز العربى للدراسات الإعلامية، القاهرة 1989).

29- محمد عمارة : معالجة التليفزيون الإقليمى للقضايا الاجتماعية ، (القاهرة: مجلة الفن الإذاعى، العدد الخامس عشر يناير 2001).

30- محمود عبد العاطى: دور إذاعة جنوب سيناء فى تنمية المجتمع المحلى ، (جامعة الأزهر: مجلة البحوث الإعلامية ، العدد رقم (13) ،2000)0